

## Консультативный комитет по защите прав

**Пятнадцатая сессия**  
**Женева, 31 августа – 2 сентября 2022 г.**

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

*Доклады подготовлены Данией, Мали, Мексикой, Нигером, Оманом, Таиландом, Филиппинами и Японией*

1. В ходе четырнадцатой сессии Консультативного комитета по защите прав (ККЗП), которая состоялась 2–4 сентября 2019 г., Комитет постановил в числе прочих тем рассмотреть на своей пятнадцатой сессии «обмен информацией о национальном опыте проведения мероприятий по повышению осведомленности и стратегических кампаний в целях обеспечения уважения ИС среди широкой общественности, особенно молодежи, в соответствии с приоритетами государств-членов в сфере образования и любых других областях». Настоящий документ содержит материалы по данной теме, подготовленные восемью государствами-членами (Дания, Мали, Мексика, Нигер, Оман, Таиланд, Филиппины и Япония).

2. В рамках своей информационно-просветительской работы Ведомство по патентам и товарным знакам Дании (ДКРТО) использует стратегию, состоящую из трех элементов: кампании в СМИ, кампании в социальных сетях и координации действий с заинтересованными сторонами. Важную роль в контексте всех информационно-просветительских мероприятий, реализуемых ДКРТО, играет веб-сайт, созданный силами участников Сети министерств Дании по борьбе с нарушениями ПИС. Онлайн-инструменты также играют ключевую роль в информационно-просветительских кампаниях Японского патентного ведомства (JPO). В рамках кампании, реализованной JPO в 2020 г., был создан специальный веб-сайт, где были размещены информационные видеоролики в стиле «манга», а также дидактические материалы для учащихся старших классов. Созданные в рамках кампании видеоролики были размещены в YouTube, Twitter и Instagram, а также в качестве баннерной рекламы в интернете. В 2021 г. JPO перенесла упор в рамках кампании на учащихся старших классов, организовав специальные мероприятия в четырех средних школах.

3. Отчеты, представленные Мали и Нигером, иллюстрируют многоплановый подход ведомств интеллектуальной собственности (ИС) этих стран к информационно-просветительской работе. В Мали были проведены практикумы для судей и сотрудников правоохранительных органов; кроме того, там был организован конкурс по вопросам ИС для молодежи и реализована информационная кампания, направленная на борьбу с контрафакцией. В Нигере в фокусе информационно-просветительских усилий были сотрудники правоохранительных органов, судьи, научно-исследовательские учреждения, компании и организации, занимающиеся поддержкой бизнеса, а также владельцы прав ИС, молодежь и широкая общественность. Как в Мали, так и в Нигере были подготовлены интересные видеоматериалы; в столицах обеих стран были организованы красочные шествия с целью привлечь внимание широкой общественности к проблеме обеспечения уважения ИС.

4. Мексиканский институт промышленной собственности (IMPI) организовал целый комплекс мероприятий, направленных на расширение информированности о проблеме контрафакции и пиратства, включая проведение семинаров и принятие мер по защите прав ИС. IMPI обеспечил сбор данных, необходимых для проведения анализа своих усилий по борьбе с пиратством и контрафакцией. Его упор на политику, основанную на фактах, присущ и Ведомству интеллектуальной собственности Филиппин (IPOPNL) – страны, которая стала пилотной площадкой для опробования Методического пособия ВОИС по проведению опросов потребителей<sup>1</sup> с целью выяснить базовый уровень информированности об интеллектуальной собственности (ИС) на Филиппинах, а также общие представления о последствиях использования контрафактных товаров. В рамках проведения опроса также анализировалась эффективность проводимых IPOPNL информационно-просветительских кампаний.

5. Министерство образования Омана сделало упор на молодежь, стремясь донести до молодых людей информацию о важности уважения ИС при помощи организации практикумов и конкурсов, а также активного использования возможностей социальных сетей. Недавний кризис в сфере общественного здравоохранения потребовал перейти на использование виртуальных средств коммуникации, включая проведение учебных практикумов для преподавателей и специалистов в виртуальном формате. В данном случае также были использованы видеоматериалы, включая мультфильм для детей младшего школьного возраста «Фатима и летающий робот».

---

<sup>1</sup> <https://www.wipo.int/publications/ru/details.jsp?id=4240&plang=EN>

6. Департамент интеллектуальной собственности (ДИС) Таиланда в последнее время перенес акценты в своей информационно-просветительской работе на более широкий охват исследователей, авторов и предпринимателей. Цель этих усилий – создать условия для инновационной деятельности внутри страны в соответствии со Стратегией «Таиланд 4.0», которая направлена на достижение экономического роста.

Консультационная помощь в сфере ИС предоставляется силами недавно созданного Консультационного центра по вопросам ИС, а также сети центров поддержки технологий и инноваций (ЦПТИ), которые сосредоточивают свои усилия на работе с высшими учебными заведениями. Были проведены оффлайн- и онлайн-практикумы для различных целевых аудиторий, а также создано телевизионное шоу «Мастерство презентации», в ходе которого 20 участников из числа предпринимателей соревнуются друг с другом, стремясь получить денежные призы и поддержку в расширении своего бизнеса. В целях популяризации шоу ДИС использует такие платформы, как Youtube и Facebook; благодаря этим усилиям количество просмотров эпизодов шоу в течение первого сезона превысило два миллиона.

7. Доклады представлены в следующем порядке:

Последние информационно-просветительские мероприятия в области борьбы с контрафакцией в Дании .....	4
Новая японская кампания по борьбе с контрафакцией « <i>Не позволяй ни себя, ни другим покупать и продавать контрафакт</i> » .....	15
Последние информационно-просветительские мероприятия Малийского центра поддержки промышленной собственности .....	22
Деятельность Мексиканского института промышленной собственности по охране и защите прав интеллектуальной собственности.....	30
Последние информационно-просветительские мероприятия Национального агентства промышленной собственности и поддержки инноваций Нигера .....	39
Информационно-просветительская кампания в области интеллектуальной собственности 2020/21 гг. для учащихся школ и их родителей, преподавателей и общественности в Омане .....	43
Позиция и информированность филиппинских потребителей: опыт применения Методического пособия ВОИС по проведению опросов потребителей .....	53
Текущая информационно-просветительская работа в области интеллектуальной собственности в Таиланде .....	58

[Доклады следуют]

## ПОСЛЕДНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ В ОБЛАСТИ БОРЬБЫ С КОНТРАФАКЦИЕЙ В ДАНИИ

*Доклад подготовлен г-жой Мари Амstrup Енсен, юридическим консультантом, управление защиты прав ИС и сетей, Ведомство по патентам и товарным знакам Дании, Тоструп, Дания\**

### **АННОТАЦИЯ**

В настоящем докладе приводится информация о некоторых недавних информационно-просветительских инициативах, предпринятых Ведомством по патентам и товарным знакам Дании (ДКРТО). В частности, в нем рассказывается об информационном веб-сайте, посвященном борьбе с контрафакцией и пиратством, который был запущен в 2019 г. силами всех участников Сети министерств Дании по борьбе с нарушениями ПИС, а также об информационно-просветительской инициативе для учебных заведений.

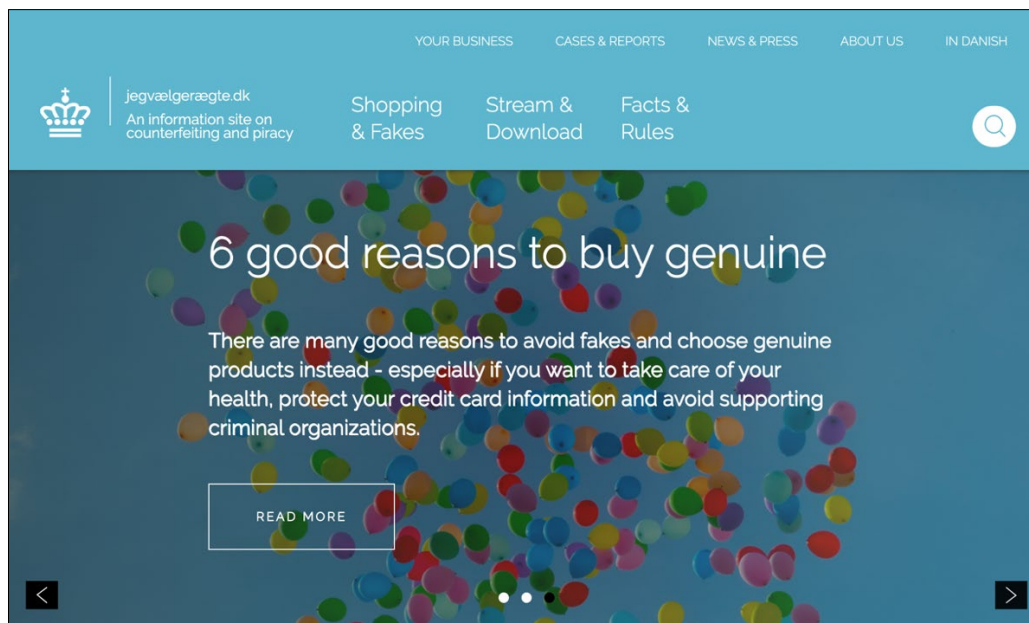
В докладе также излагается концептуальная модель, которую ДКРТО использовало для организации своих информационно-просветительских кампаний в последние годы; она состоит из трех элементов: кампании в СМИ, кампании в социальных сетях и координации действий с заинтересованными сторонами. Кроме того, доклад содержит примеры как ограниченных по своим масштабам, так и более широких кампаний соответствующей направленности.

### **I. ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЙ ВЕБСАЙТ**

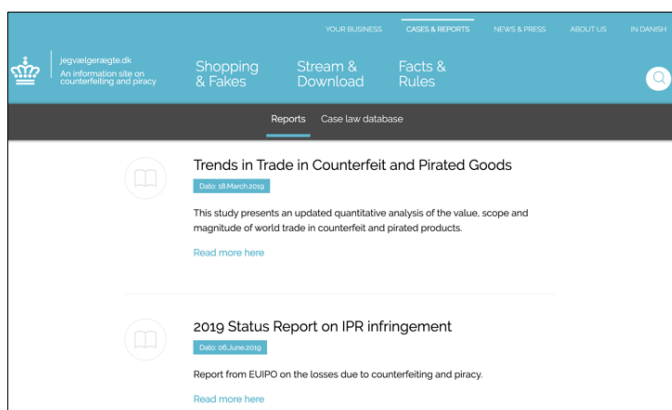
1. В январе 2019 г. заработал новый информационно-просветительский веб-сайт [www.ichoosereal.dk](http://www.ichoosereal.dk), посвященный борьбе с контрафакцией и пиратством. Он доступен как на английском, так и на датском языках.

---

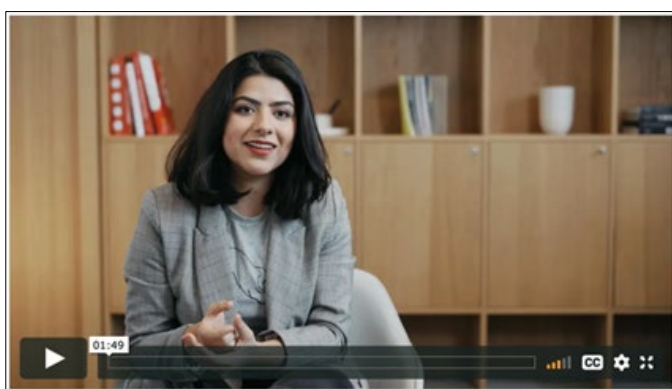
\* В настоящем документе отражена точка зрения автора, которая может не совпадать с мнениями Секретариата ВОИС или государств – членов Организации.



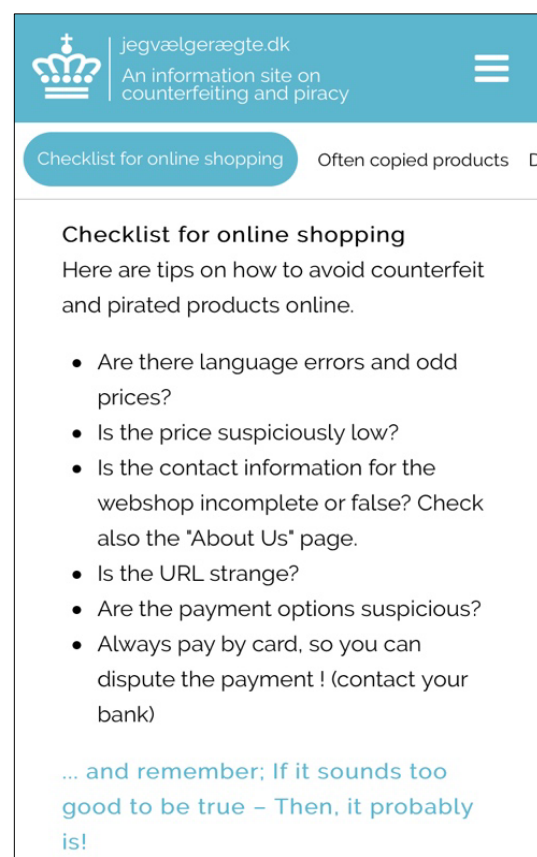
Веб-сайт [www.ichosereal.dk](http://www.ichosereal.dk)



Подборка отчетов, размещенная на веб-сайте



Пример видеоролика с участием покупателя



Пример проверочного списка для онлайн-покупок

2. Цель веб-сайта – расширение осведомленности о проблеме контрафакции и пиратства, а также преимуществ покупки аутентичных товаров с точки зрения как самих потребителей, так и общества в целом. Основной целевой аудиторией сайта являются потребители, однако он также содержит конкретную информацию для журналистов и отдельный портал со справочными пособиями для компаний.

3. Веб-сайт был создан совместными усилиями 12 государственных ведомств, которые являются участниками Сети министерств Дании по борьбе с нарушениями ПИС (Сети). Эта Сеть была создана в 2008 году, и ее участники тесно сотрудничают друг с другом в борьбе с контрафакцией и пиратством. ДКРТО выполняет функции секретариата Сети и в этом качестве взяло на себя руководящую роль в разработке нового совместного информационно-просветительского веб-сайта.

4. В качестве краеугольного камня Сети и основного источника информации о контрафакции и пиратстве веб-сайт также играет важную роль во всех информационно-просветительских мероприятиях ДКРТО, включая мероприятия, перечисленные ниже в разделах II и III. В рамках всех таких мероприятий (вне зависимости от их масштабов) ДКРТО применяет оптимальный с его точки зрения подход, предусматривающий ознакомление участников с несколькими основными тезисами с их дальнейшей отсылкой к веб-сайту для получения дополнительной информации.

5. Веб-сайт включает следующие основные элементы:

- **Руководство для потребителей** с разъяснениями в отношении того, почему и как следует покупать аутентичные, а не контрафактные товары, а также с информацией о том, что в данной связи является законным, а что – нет.
- **Тематические видеоролики и текстовые материалы** с участием покупателей и компаний, которые рассказывают о своем собственном опыте, касающемся контрафактной продукции. Цель – добиться того, чтобы пользователи идентифицировали себя с участниками тематических исследований, что, в свою очередь, способствовало бы изменению потребительских привычек.
- **Интерактивные «викторины» и вопросы-ответы в формате «Знаете ли вы, что...»** с интересными фактами о контрафакции и пиратстве.
- **Справочные пособия для компаний** с информацией о превентивных мерах, направленных на борьбу с контрафакцией и пиратством, а также с рекомендациями относительно надлежащих действий в том случае, если контрафакция/пиратство имели место.
- **Информация для журналистов и других лиц о распространенности, масштабах и последствиях контрафакции и пиратства** (с гиперссылками на доклад Ветомства интеллектуальной собственности Европейского союза (ВИСЕС), Агентства Европейского союза по сотрудничеству правоохранительных органов (ЕВРОПОЛ), Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и т.д.).
- **Страница новостей** (доступна только на датском языке), на которой регулярно публикуются новости о контрафакции и пиратстве от всех 12 ведомств, входящих в Сеть. Это обеспечивает эффективное ознакомление с соответствующими новостями как представителей самих ведомств, входящих в Сеть, так и участников датского сообщества интеллектуальной собственности (ИС), включая частных консультантов по вопросам ИС.

6. ДКРТО разрешило другим странам бесплатно использовать размещенный на веб-сайте контент после того, как им будут разъяснены положения составленного для этой цели краткого договора.

7. ДКРТО подтверждает, что веб-сайт создавался при финансовом участии ВИСЕС в соответствии с заключенным между ними двусторонним соглашением. В качестве ориентира при разработке веб-сайта использовался норвежский сайт [www.velgekte.no](http://www.velgekte.no); у

Норвежского ведомства промышленной собственности (NIPO) было получено разрешение на использование материалов с этого сайта.

8. ДКРТО и Специальный отдел полиции Дании по борьбе с преступностью создали подборку судебных решений, которая содержит все решения судов по уголовным делам, связанным с ИС, начиная с 2013 г. Пользователи имеют возможность ознакомиться с анонимизированными версиями этих решений; подборка была загружена на вышеупомянутый веб-сайт в виде файла в формате Microsoft Excel. В настоящее время ДКРТО работает над тем, чтобы превратить эту подборку в базу данных с улучшенными опциями поиска.

Link	Date	court	Regulatory	Decision	Description	Number / Period	Compensation
	10.08.2018	Eastern High Court	Section 42 (b) of the Trademark Act, 2. of 1. of § 4 and the nature of the EU Trademark Regulation 9. and section 61 (b) of the Criminal Code, 2. and § 89.	30 days conditional increase in relation to the district court + Confirmation of the additional fine of DKK 20.000.	Sales of copy products on the market. The offense was committed during the sentencing period. The district court's judgment in the case against T is changed so that the sentenced sentence is increased to 30 days in prison. Moreover, the judgment is upheld. Appeal before the Court of Sverdrborg on 25.01.2018. // The imposition of rules on prosecution rules // Visual market // Confiscation	409 perfumes and 98 pairs of socks are confiscated	The district court referred the claim for civil action
	28.09.2018	The court in Sønderborg	Section 42 (b) of the Trademark Act, 2. of § 1. of § 4, par 1 and the nature of the EU Trade Mark Regulation 9th	30 days conditional.	Accused of having used commercially identical signs with or similar to the registered trademarks for storage for sale, offering for sale, marketing and sale of a total of 965 pairs of H&O stockings. The defendant was previously punished for similar crime. // Supermarket market // Confiscation	965 pairs of stockings are confiscated	The claim is referred to civil action

*Возможный внешний вид интерфейса новой базы данных, которую планируется создать*

## II. ИНИЦИАТИВА ДЛЯ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

9. Преподавание предметов, связанных с ИС, в датских начальных и средних школах, как правило, крайне ограничено по своим масштабам или вообще не ведется. ДКРТО наладило диалог с ведомствами Дании, занимающимися вопросами образования, для обсуждения того, как можно изменить эту ситуацию.

10. По рекомендации датских ведомств, отвечающих за вопросы образования, была разработана новая инициатива, которая будет использоваться в контексте выполнения школьниками практических заданий. Все девятиклассники в Дании обязаны посвятить одну неделю практической работе. Семиклассники и восьмиклассники тоже часто занимаются выполнением практических заданий, чтобы подготовиться к обязательной неделе практики.

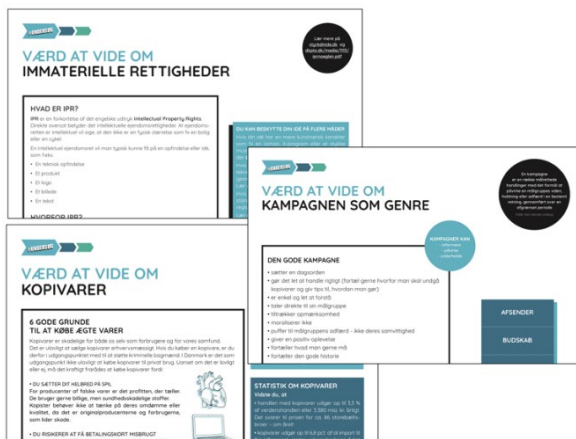


11. Совместно со своими партнерами ДКРТО подготовило учебные материалы, которые ставят перед школьниками задачи, связанные с разработкой и реализацией информационно-просветительских кампаний в целях изменения поведенческих привычек датчан, с тем чтобы они покупали аутентичные продукты вместо подделок. Эти материалы предназначены для учеников седьмого, восьмого и девятого классов и относятся прежде всего к вещественным товарам. Кампании, которые предстоит разрабатывать и реализовывать ученикам, могут, в зависимости от их творческой фантазии, принимать самые разнообразные формы, включая, например, театрализованные представления, игры, устные выступления, брошюры, плакаты, видеоролики в социальных сетях и т.д.



12. В ходе работы над выполнением поставленных перед ними задач школьники узнают о многих важных преимуществах покупки аутентичных товаров вместо подделок. Кроме того, они получают информацию о тех возможностях, которые права ИС способны открыть для них самих в их дальнейшей жизни и будущей работе, в том числе в качестве предпринимателей, дизайнеров и т.д.

13. Эти учебные материалы включают полное дидактическое пособие для преподавателей, а также материалы для учеников. По просьбе заинтересованных учебных заведений ДКРТО может организовать для них ознакомительный вебинар, но использование материалов возможно и без него.

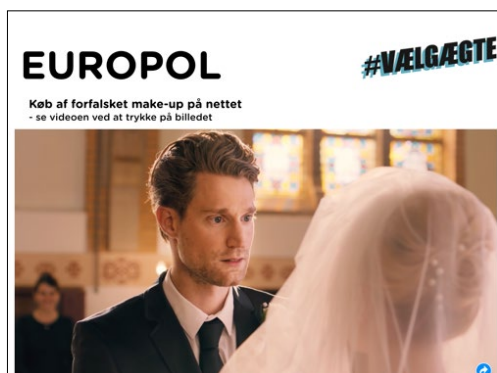


Информационные материалы по вопросам контрафактной продукции и ПИС



Ознакомительный видеоклип





Короткие/смешные видеоролики о контрафактной продукции



Новостная статья о том, как контрафакция может повлиять на малый бизнес.

14. Подготовка этих учебных материалов завершилась осенью 2019 г.; они доступны в режиме онлайн<sup>1</sup>. Сейчас ДКРТО перешло к реализации практической части проекта, основное внимание в рамках которой уделяется популяризации использования подготовленных материалов. Предполагается, что такая работа продолжится и в предстоящие годы.

15. ДКРТО подтверждает получение финансовой помощи от ВИСЕС для реализации данного проекта в рамках программы Ideas Powered («Двигатель идей»).

### III. НЕДАВНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ КАМПАНИИ

16. Расширение осведомленности о проблеме контрафакции требует постоянных усилий. С целью обеспечить регулярность мероприятий по расширению осведомленности ДКРТО на протяжении последних нескольких лет ежегодно организует две информационно-просветительские кампании по борьбе с контрафакцией. В данном разделе приводится информация о концепции, которая используется в контексте организации таких кампаний.

17. Как показала практика, в Дании более широкомасштабные кампании подобного рода приносят наибольшую эффективность в привязке к двум периодам времени. Первый из них – начало июня, когда ежегодно проводится Международный день борьбы с контрафакцией. Второй из них приходится на праздничный период с ноября до Рождества, когда население совершает рождественские покупки.

18. В рамках всех проводимых кампаний перечисленные выше три элемента (А – С) присутствуют параллельно друг другу. Следует отметить, что с точки зрения размеров бюджета рождественская кампания является особенно экономичной.

#### A. КАМПАНИЯ В СМИ

19. На старте каждой новой кампании в СМИ ДКРТО публикует **пресс-релиз**, направленный на ее популяризацию. Как правило, такие пресс-релизы включают в себя:

- **новые данные** о распространенности, масштабах и последствиях контрафакции, которые помогают привлечь интерес датских СМИ;

<sup>1</sup> <https://www.jegvaelgeraegte.dk/fakta-regler/undervisningsmateriale/>.

- при возможности – **цитаты из выступлений министров**;
- **примеры**, разъясняющие преимущества покупки аутентичных товаров вместо подделок как для потребителей, так и для общества в целом. Приводятся также ссылки на краткие инструкции, помогающие отличить аутентичные товары от контрафактных.

Мы также просим владельцев брендов предоставить нам **образцы аутентичных и поддельных товаров, которые позволили бы создать хорошую картинку для телевидения.**

## **B. КАМПАНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

### а) Примеры мероприятий в рамках Международного дня борьбы с контрафакцией

20. За период с 2020 г. ДКРТО в сотрудничестве с различными внешними коммуникационными агентствами разработало широкомасштабные информационно-просветительские кампании, ориентированные на молодежь (лиц в возрасте от 18 до 24 лет). В Дании контрафактную продукцию чаще всего покупают молодые люди. Те коммуникационные агентства, с которыми мы сотрудничаем, рекомендовали нам наладить связи с лидерами мнений и использовать соцсети для распространения наших сообщений.

21. Целью таких кампаний является изменение потребительских привычек путем расширения информированности молодежи о следующих вопросах:

- почему следует выбирать аутентичные товары, а не подделки; и
- как избежать приобретения подделок, совершая покупки в онлайн-среде.

22. В рамках проводимых кампаний освещаются связи между производством контрафактных изделий и деятельностью организованных преступных сообществ, которые подтверждаются многими документами; в частности, приобретая контрафактную продукцию, вы сталкиваетесь с риском того, что ваши действия принесут выгоду преступным организациям, которые, помимо этого, могут заниматься уклонением от уплаты налогов, а также торговлей наркотиками, оружием и людьми. Кроме того, в рамках кампаний освещаются риски для здоровья и безопасности, связанные с контрафактными товарами.

23. Соответствующий контент распространялся в соцсетях как через аккаунты лидеров мнений, так и через каналы новостей в соцсетях, принадлежащие ДКРТО, и включал в себя ссылки на страницы соответствующих кампаний на нашем информационно-просветительском веб-сайте (описанные выше в разделе I) для желающих получить дополнительную информацию<sup>2</sup>.

### *Основные элементы кампании 2020 г.*

24. Видеоролик для портала YouTube с участием двух лидеров мнений, в котором используется формат «Что в моей сумке?»: одна из девушек показывает другой различные товары из своей сумки. Неожиданно она вытаскивает пистолет, в результате чего происходит разговор о рисках, связанных с тем, что приобретение контрафактной

<sup>2</sup> В качестве примера можно привести страницу кампании 2021 г.: <https://www.jegvaelgeraegte.dk/nyheder-presse/nyhedsoversigt/kampagne-fra-patent-og-varemaerkestyrelsen/>.

продукции может служить интересам преступных организаций, которые также вовлечены в совершение других видов тяжких преступлений.



Видеоролик «Что в моей сумке?», размещенный на портале YouTube

25. Кроме того, девять лидеров мнений выложили в сеть Instagram красочные фотографии, на которых при помощи редактора изображений «фотошоп» были изображены пистолеты, пластиковые пакетики с «наркотиками» и упаковки с химическими веществами, с тем чтобы привлечь внимание молодых людей и сообщить им о связи между преступлениями, нарушающими ПИС, и организованными преступными группировками, совершающими другие виды тяжких преступлений.

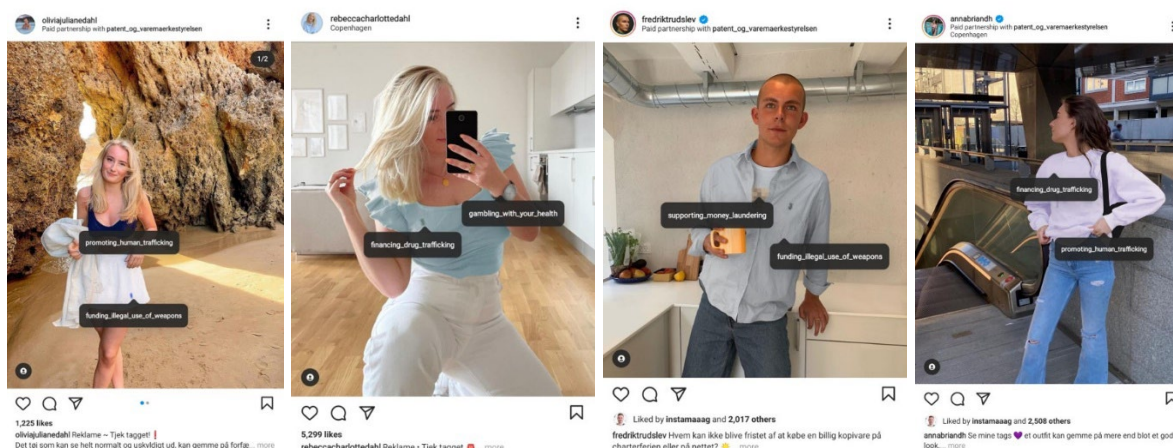


Пример публикации одного из лидеров мнений в сети Instagram

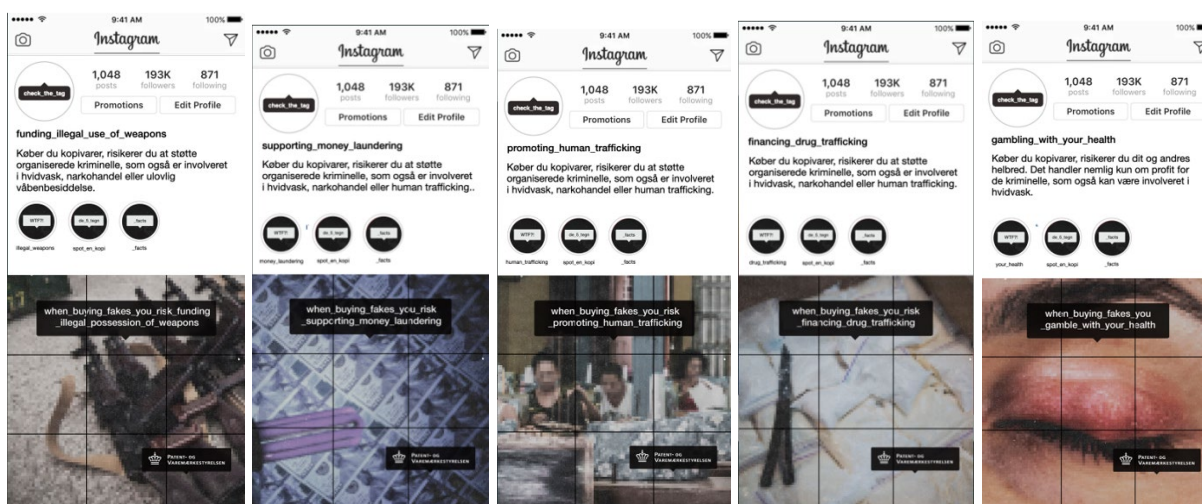
#### Основные элементы кампании 2021 г.

26. В рамках кампании использовалась привычка молодых людей проверять теги в сети Instagram. На этот раз, проверяя теги в публикациях семи специально отобранных лидеров мнений, пользователь получал возможность ознакомиться с основными тезисами нашей кампании. Эти тезисы главным образом касались взаимосвязей между контрафакцией и другими видами тяжких преступлений, а также способов избежать покупки подделок. Затрагивались также вопросы, связанные с рисками для здоровья и безопасности. В частности, речь шла о следующих тегах: «поддержка отмывания денег», «финансирование торговли наркотиками» и «риски для вашего здоровья».





Семь лидеров мнений разместили публикации, связанные с кампанией, в сети Instagram, призвав своих подписчиков «проверить теги»



Страничка нашей кампании в сети Instagram с дополнительной информацией о подделках в форме коротких видеороликов в «документальном» стиле ([https://www.instagram.com/not\\_supporting\\_organised\\_crime/](https://www.instagram.com/not_supporting_organised_crime/))

**b) Примеры мероприятий в рамках кампаний, привязанных к «черной пятнице» и рождественским праздникам**

**27. Параллельно с проведением кампании в СМИ ДКРТО размещало фотографии или короткие информационные видеоролики в социальных сетях:**

- видеоролики являются низкобюджетными и размещаются на таких платформах, как Facebook и LinkedIn. Публикации включают заголовки, привязанные к «черной пятнице» или Рождеству, и гиперссылки, ведущие на страницу соответствующей кампании на нашем информационно-просветительском веб-сайте. На такие страницах размещаются наши «инструкции, позволяющие избежать покупки подделок»<sup>3</sup>, и текст «Шесть убедительных аргументов в пользу покупки аутентичных товаров»<sup>4,5</sup>.

<sup>3</sup> <https://www.jegvaelgeraegte.dk/english/shopping-fakes/how-to-avoid-fakes/#checklist-for-online-shopping>.  
<sup>4</sup> <https://www.jegvaelgeraegte.dk/english/facts-rules/6-good-reasons-to-buy-genuine/>.

<sup>5</sup> Пример такой страницы, связанной с проведением кампании, доступен по следующей ссылке: <https://www.jegvaelgeraegte.dk/nyheder-presse-nyhedsoversigt/ligger-der-falske-varer-under-dit-juletrae/>.

- Как правило, мы публикуем видеоматериалы с интервалами в несколько дней и популяризируем их при помощи платной онлайн-рекламы (низкобюджетной).



Анимационные видеоролики в сетях Facebook и LinkedIn для рождественской кампании 2021 и 2022 гг.



Короткометражные анимационные видеоролики для рождественской кампании, подготовленные Норвежским ведомством интеллектуальной собственности. ДКРТО получило разрешение на перевод и повторное использование этих материалов.

### С. КООРДИНАЦИЯ ДЕЙСТВИЙ С ОРГАНИЗАЦИЯМИ ГОСУДАРСТВЕННОГО И ЧАСТНОГО СЕКТОРОВ В ЦЕЛЯХ МАКСИМАЛЬНО ШИРОКОЙ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ КАМПАНИЙ

28. Одним из ключевых элементов обеспечения достаточно широкой популяризации наших кампаний является координация действий с соответствующими заинтересованными сторонами. Эта работа включает в себя:

- координацию действий с соответствующими организациями государственного сектора, включая 12 ведомств, входящих в Сеть министерств Дании по борьбе с нарушениями ПИС, в целях задействования их коммуникационных каналов (социальные сети, веб-сайты, информационные рассылки и т.д.) для распространения информации о кампании;
- координацию действий с соответствующими организациями частного сектора, которые также заинтересованы в участии в усилиях, направленных на популяризацию кампании; и
- привлечение партнеров из частного сектора к участию в популяризации кампании посредством того, чтобы просто ставить отметки «нравится» и делиться контентом нашей кампании в социальных сетях. Данный метод также дает партнерам возможность расставлять акценты в своих усилиях, направленных на популяризацию кампании, на свой собственный вкус (например, уделяя повышенное внимание поддельным продуктам питания, таможенному контролю, поддельным лекарствам и т.д.).

29. Наши информационно-просветительские кампании активно освещаются в национальных, региональных и местных средствах массовой информации. Последние включают печатные СМИ, онлайн-СМИ, а также радиопрограммы и телепрограммы в прайм-тайм на основных датских телеканалах. Кампании в соцсетях также принесли отличные результаты.

30. ДКРТО подтверждает получение финансирования на свои информационно-просветительские кампании в рамках двустороннего соглашения с ВИСЕС.

[Конец доклада]

## НОВАЯ ЯПОНСКАЯ КАМПАНИЯ ПО БОРЬБЕ С КОНТРАФАКЦИЕЙ «НЕ ПОЗВОЛЯЙ НИ СЕБЯ, НИ ДРУГИМ ПОКУПАТЬ И ПРОДАВАТЬ КОНТРАФАКТ»

*Доклад подготовил г-н Такуя Сугияма, директор отделения по борьбе с контрафактом, Японское патентное ведомство (ЯПВ), Токио, Япония\**

### АННОТАЦИЯ

В последние годы в мире нарастает проблема торговли контрафактными товарами и ее негативных последствий. В Японии функции централизованной консультационной службы по вопросам борьбы с контрафакцией и пиратством, а также координационного механизма между правительственными учреждениями и частными компаниями выполняет Ведомство по борьбе с контрафакцией.

Ежегодно начиная с 2003 г. Японское патентное ведомство (ЯПВ) проводит кампанию по борьбе с контрафакцией. В 2020 финансовом году ЯПВ был создан веб-сайт данной кампании, где размещены информационно-просветительские видеоролики в стиле манга, публикации лидеров мнений и дидактические материалы для учащихся старших классов. На основе данных материалов в учебных заведениях были проведены открытые уроки. В будущем ЯПВ планирует дальнейшее проведение мероприятий, направленных на повышение осведомленности.

### I. ВВЕДЕНИЕ

1. В августе 2004 г. при Министерстве экономики, торговли и промышленности Японии в целях реализации государственных мероприятий по борьбе с контрафакцией и пиратством было учреждено отделение по борьбе с контрафактом. Среди его функций ликвидация контрафактной продукции и борьба с неправомерным использованием японских брендов на международном рынке, с тем чтобы обеспечить защиту репутации этих брендов и добавленной стоимости национальной обрабатывающей промышленности.

2. Переданное в ведение Японского патентного ведомства (ЯПВ) в апреле 2020 г. отделение также отвечает за предоставление информационных и консультационных услуг правообладателям и другими заинтересованным сторонам и координирует сотрудничество между правительственными учреждениями и частными компаниями.

3. В ходе проведенного опроса в отделение поступило несколько запросов на реализацию мероприятий по повышению осведомленности в странах, где осуществляется продажа японских товаров и где существует проблема контрафакции. В рамках данных мероприятий ЯПВ тесно сотрудничает с частным сектором.

---

\* В настоящем документе отражена точка зрения автора, которая может не совпадать с мнениями Секретариата ВОИС или государств – членов Организации.



## II. КАМПАНИЯ ПО БОРЬБЕ С КОНТРАФАКЦИЕЙ

4. Кампания ЯПВ по борьбе с контрафакцией проводится ежегодно начиная с 2003 г. Цель кампании заключается в повышении осведомленности о важности охраны прав интеллектуальной собственности (ИС) а также о негативных последствиях контрафакции.

5. Каждый год кампания охватывает новые целевые группы: внутренних потребителей, покупателей онлайн-магазинов, сознательно покупающих контрафактную продукцию потребителей, а также молодежь.

6. С тем чтобы донести информацию до как можно большего числа людей кампания под эгидой ЯПВ и других соответствующих организаций ежегодно проводится в декабре и январе – в период высокой покупательской активности в рождественские и новогодние праздники.

### A. КАМПАНИЯ 2020 Г.

#### а) «Не позволяй ни себя, ни другим покупать и продавать контрафакт»<sup>1</sup>

7. В течение 2020 финансового года кампания под слоганом «Не позволяй ни себя, ни другим покупать и продавать контрафакт» проводилась дважды: в период с 1 июля по 31 августа (в сезон летних отпусков) и с 1 декабря 2020 г. по 31 января 2021 г. (период рождественских и новогодних праздников).

8. В ходе кампании ЯПВ было проведено четыре опроса в сети интернет. В них приняло участие около двух тысяч респондентов, пятьсот из которых были в возрасте чуть более двадцати лет. Около десяти процентов респондентов ответили, что в предыдущие годы покупали контрафактные товары, из них около половины отметили, что делали это осознанно. Результаты данных опросов демонстрируют необходимость принятия мер, в том числе проведения информационно-просветительских кампаний для того, чтобы, с одной стороны, убедить потребителей не покупать контрафактную продукцию и, с другой стороны, научить их отличать подлинные товары от контрафакта.

---

<sup>1</sup> <https://www.jpo.go.jp/news/kokusai/mohohin/campaign/2020/index.html>.



#### b) Целевые группы потребителей

9. Целевой группой кампании ЯПВ 2020 г. стали в основном молодые люди чуть старше двадцати лет, посещающие магазины товаров, бывших в употреблении, а также пользующиеся мобильными приложениями, интернет-магазинами, социальными сетями и т.д., которым, возможно, неудобно предупреждать своих сверстников об опасности приобретения контрафактной продукции.

10. Действительно, по результатам последних исследований около 30 процентов респондентов предупреждают своих друзей, что не стоит приобретать контрафактную продукцию, в то время как 60 процентов этого не делают. Таким образом, цель кампании заключалась в том, чтобы напомнить потребителям о необходимости таких действий.

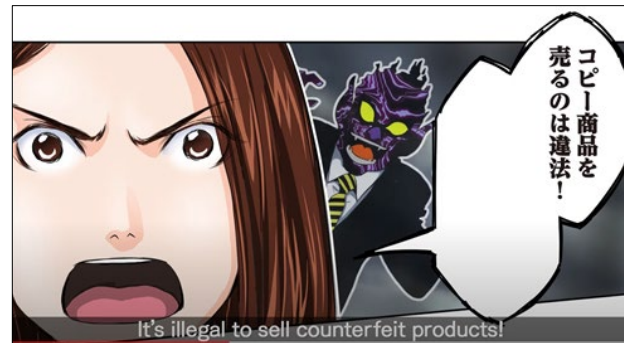
#### c) Веб-сайт и публикации

11. ЯПВ был создан специальный веб-сайт кампании, где размещены видеоролики в стиле манга и практические советы, призванные помочь потребителям избежать случайной покупки контрафактной продукции или определить подозрительный веб-сайт<sup>2</sup>.

12. Созданные в рамках кампании видеоролики были размещены в YouTube, Twitter и Instagram, а также в качестве баннерной рекламы в интернете. В ходе кампании число просмотров видеороликов достигло 1,42 млн и с тех пор непрерывно растет.

13. В рамках проекта, посвященного социальным сетям, на веб-сайте были также размещены послания лидеров мнений в возрасте чуть более двадцати лет с большим числом подписчиков, что позволило донести идею кампании до более чем 110 тыс. потребителей.

<sup>2</sup> Ссылка на видеоролик о контрафакции в стиле манга: <https://youtu.be/Wi6NW1LZpF4>.



d) Дидактические материалы

14. Еще одним элементом кампании стала разработка силами ЯПВ дидактических материалов по контрафакту для учителей. Целевой аудиторией стали учащиеся старших классов, которые особенно подвержены риску приобретения контрафактной продукции в магазинах товаров, бывших в употреблении, и через мобильные приложения и социальные сети.

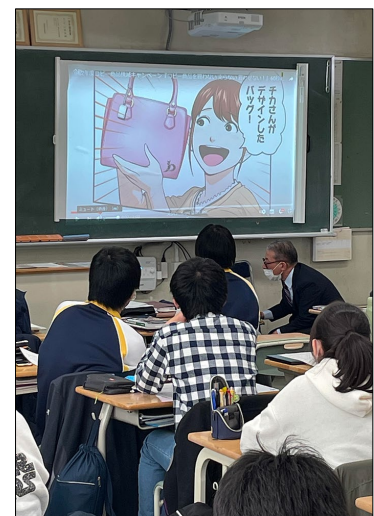
15. Разработанные материалы соответствуют одобренной правительством учебной программе для учащихся старших классов и доступны в трех вариантах: классический, ориентированный на обсуждение и ориентированный на проведение исследования и обсуждения. Материалы во всех трех вариантах доступны для загрузки в формате PDF на веб-сайте кампании.

е) Открытый урок для учащихся старших классов

16. Дидактические материалы были применены на практике в рамках открытых уроков, состоявшихся в феврале 2021 г. в четырех классах первого года обучения старшего звена в одной из школ Токио.

17. Фотографии учеников, присутствовавших на уроках, вместе с их отзывами были размещены на веб-сайте кампании, а также был выпущен пресс-релиз.

18. Полученные отзывы продемонстрировали высокий уровень заинтересованности участников в искоренении контрафакции. Один из учащихся сказал: «Урок мне показался крайне интересным, так как я смог на деле почувствовать разницу между настоящими брендами и подделками. Как потребитель, я считаю, что важно понимать, что контрафакция является проблемой».



f) Правительственная информационно-просветительская ТВ-программа

19. ЯПВ в сотрудничестве с частным сектором и Токийской таможней провело на государственном телеканале информационно-просветительское мероприятие, посвященное этой кампании, в ходе которого были показаны образцы конфискованной контрафактной продукции. Также были показаны негативные последствия сбыта такой продукции и действия, предпринимаемые сотрудниками таможни<sup>3</sup>.



## B. КАМПАНИЯ 2021 Г.

20. В 2021 финансовом году ежегодная информационно-просветительская кампания ЯПВ была ориентирована на подростков (учащихся старших классов), а программа проведения открытых уроков была расширена. С ноября 2021 г. по январь 2022 г. открытые уроки были проведены в четырех школах, а в качестве преподавателей были приглашены эксперты по борьбе с контрафакцией. Уроки включали в себя следующие основные модули<sup>4</sup>:

- *меры, принимаемые компаниями для борьбы с контрафактом*: в ходе дискуссий с учащимися по вопросам контрафакции преподаватели использовали реальную контрафактную продукцию;
- *стратегии компаний в области ИС*: преподаватели объяснили важность защиты бренда, провели викторину и ответили на возникшие вопросы;
- *меры по борьбе с контрафакцией на примере компании, занимающейся продажей бывших в употреблении товаров*: в ходе практических занятий учащиеся узнали, как работает система прав ИС в контексте покупки товаров, и им было предложено подумать о том, какие товары могут вызывать подозрение как контрафактные и, следовательно, могут быть запрещенные к продаже. Учащиеся также научились отличать подлинную продукцию от контрафактной;
- *преимущества подлинной продукции, помимо ее внешнего вида*: призер Олимпийских игр в Лондоне по бадминтону, выступая в качестве приглашенного гостя на специальном занятии, подчеркнул важность использования подлинных, а не контрафактных ракеток для бадминтона и отметил риск получения травмы из-за использования контрафактной продукции и вынужденного завершения спортивной карьеры.



<sup>3</sup> <https://nettv.gov-online.go.jp/prg/prg21630.html>.

<sup>4</sup> <https://www.jpo.go.jp/news/kokusai/mohohin/campaign/2020/gakushu.html#modelclass>.





### С. ОЛИМПИЙСКИЕ И ПАРАОЛИМПИЙСКИЕ ИГРЫ

21. В преддверии церемонии открытия Олимпийских и Паралимпийских игр (прошедших с 23 июня по 8 августа и с 24 августа по 5 сентября 2021 г. соответственно) ЯПВ опубликовало в своем аккаунте в Twitter предупреждение о потенциальной торговле контрафактной продукцией, а также поделилась информацией о создании специализированного веб-сайта. По просьбе ЯПВ сообщение было затем размещено в аккаунтах соответствующих министерств и компаний, что привело к увеличению аудитории веб-сайта в 4-5 раз по сравнению с предыдущим днем.

## III. ПРОЧИЕ МЕРОПРИЯТИЯ: УЖЕСТОЧЕНИЕ ПРАВИЛ В ОТНОШЕНИИ ВВОЗА КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ ИЗ-ЗА РУБЕЖА

### А. ИСТОРИЯ ВОПРОСА

22. В последние годы с развитием торговли через интернет и снижением международных почтовых тарифов в Японии и других странах источником растущего беспокойства стал постоянный рост поставок контрафактной продукции предприятиями, работающими за рубежом, непосредственно потребителям в Японии через интернет-магазины.

23. Однако согласно японскому законодательству нарушающие ПИС товары, импортируемые частными лицами для личного пользования, не подлежат таможенному задержанию. Такие товары не могут быть конфискованы таможенными органами, поскольку считается, что их получатели не ведут предпринимательскую деятельность и не используют товары в коммерческих целях.

### В. ВНЕСЕНИЕ ПОПРАВОК В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО

24. В целях пресечения ввоза контрафактной продукции из-за рубежа в закон «О товарных знаках» и закон «О промышленных образцах» были внесены соответствующие поправки, в результате чего иностранным бизнес-операторам было запрещено ввозить контрафактную продукцию в Японию через международные почтовые службы и другие сервисы. Вслед за данными нововведениями поправки были внесены также в закон «О таможене». Вступление в силу поправок к законам «О товарных знаках», «О промышленных образцах» должны вступить в силу в ноябре 2022 г.

25. В соответствии с поправками, внесенными в Закон о товарных знаках и Закон о промышленных образцах, использование зарубежным бизнес-оператором почтовых услуг

для отправки получателю в Японии товаров с тем же знаком, что и зарегистрированный товарный знак, или товаров, сходных с зарегистрированным промышленным образцом, нарушает применимые права на товарные знаки и промышленные образцы в Японии, независимо от того, является ли получатель физическим лицом или бизнес-оператором. Импортируемые товары, нарушающие права на товарный знак или промышленный образец, подлежат конфискации на таможне.

26. ЯПВ сотрудничает с соответствующими министерствами и ведомствами, такими как национальные таможенные органы, в целях распространения информации об изменениях в законодательстве и повышения осведомленности потребителей.

#### **IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

27. По мнению ЯПВ, результатом ведения кампании на протяжении около 20 лет стали более широкие знания и глубокое понимание лозунга «Не позволяй ни себя, ни другим покупать и продавать контрафакт».

28. Тем не менее, нельзя ослаблять усилия, поскольку контрафактная продукция продолжает продаваться как на физических рынках, так и на веб-сайтах онлайн-магазинов. В частности, серьезную проблему представляет продажа контрафактной продукции на веб-сайтах онлайн-магазинов. Поэтому крайне важно вести работу с молодежью, особенно с представителями поколения Z, которые обладают особой грамотностью в области информационных технологий, и убеждать их, что им не следует «позволять ни себя, ни другим покупать и продавать контрафакт».

[Конец доклада]

## ПОСЛЕДНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ МАЛИЙСКОГО ЦЕНТРА ПОДДЕРЖКИ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ

*Доклад подготовила г-жа Бокум Фатумата Сиргата Траоре, Малийский центр поддержки промышленной собственности (СЕМАРП), Министерство торговли и промышленности, Бамако, Мали\**

### **АННОТАЦИЯ**

В настоящем докладе, подготовленном Малийским центром поддержки промышленной собственности (СЕМАРП), освещаются различные инициативы, реализованные им в течение последних четырех лет (начиная с 2019 г.) в целях расширения информированности о важном значении уважения прав интеллектуальной собственности.

Инициативы были нацелены на компании, потребителей, судей, работников системы правосудия, сотрудников национальных ведомств по борьбе с экономическими преступлениями и т.д. Благодаря упреждающему, инструктивно-методическому подходу, а также разнообразию принимаемых мер СЕМАРП удается охватить широкую аудиторию.

Реализация указанных инициатив велась в сотрудничестве с рядом национальных и международных партнеров.

### **I. ВВЕДЕНИЕ**

1. Несмотря на создание во всем мире соответствующих правовых и организационных механизмов, касающихся интеллектуальной собственности (ИС), на сегодняшний день нарушения прав ИС, как и прежде, имеют место, а их количество по-прежнему растет, что приводит к возникновению проблем, имеющих катастрофические последствия для экономики и общественного здравоохранения. Последствия этих видов практики, которые обычно бывают связаны с контрафакцией и пиратством, выходят за рамки нарушений прав ИС: попадание на рынок контрафактной продукции неизбежно влечет за собой закрытие компаний и рост безработицы, что, в свою очередь, приводит к беспокойству потребителей.

2. С точки зрения здравоохранения контрафакция является преступлением, поскольку в мире имеет место практически неограниченный оборот лекарственных средств со слишком высоким или слишком низким содержанием активных веществ (не говоря уже о случаях полного отсутствия в них активных веществ или же их токсичности), причиной которого являются люди, не желающие честно работать и зарабатывать себе на жизнь. В сельскохозяйственном секторе, который имеет ключевое значение для экономики, распространение и использование контрафактных пестицидов и материалов в растениеводстве негативно влияют на производительность. Имеющиеся сложности усугубляются тем, что малийские судьи не обладают достаточным уровнем подготовки для рассмотрения дел, связанных с юридическими аспектами ИС, а их обязательство действовать в строгом соответствии с буквой закона может приводить к вынесению ими плохо аргументированных решений, которые часто входят в диссонанс с правом ИС. В отсутствие надлежащих механизмов защиты прав, санкций и информационно-

---

\* Мнения, изложенные в данном документе, принадлежат автору и не обязательно совпадают с мнением Секретариата или государств-членов ВОИС.



просветительской работы подобная практика будет и впредь подрывать усилия государства и его партнеров.

3. Обеспечение уважения прав ИС в рамках нормативно-правовой системы, должным образом защищающей творчество и инвестиции, способно благоприятствовать более справедливой рыночной конкуренции и улучшать условия для ведения хозяйственной деятельности. Во-первых, наличие таких условий обеспечивает защиту правообладателей от некоторых видов нарушений прав ИС (особенно от такой ненадлежащей практики, как контрафакция и пиратство), а, во-вторых, – придает уверенность инвесторам и гарантирует безопасность их капиталовложений. С учетом этого начиная с 2019 г. Малийский центр поддержки промышленной собственности (СЕМАРІ), входящий в структуру министерства торговли и промышленности, реализует инициативы, направленные на расширение осведомленности общественности о важном значении уважения прав ИС. Их целевой аудиторией являются, в частности, компании, потребители, судьи, работники системы правосудия, а также должностные лица ведомств по борьбе с экономическими преступлениями. Благодаря упреждающему, инструктивно-методическому подходу, а также разнообразию принимаемых мер СЕМАРІ удается охватить широкую аудиторию. Эти инициативы реализуются при поддержке национальных и международных партнеров.

## **II. ОБЩАЯ ИНФОРМАЦИЯ**

4. СЕМАРІ был учрежден согласно постановлению № 2012-018/P-RM от 19 марта 2012г. в качестве национального административного органа по вопросам промышленной собственности в Мали и входит в структуру министерства торговли и промышленности. В качестве национального органа он несет ответственность за поддержание связей с Африканской организацией интеллектуальной собственности, в состав которой входят 17 государств-членов, включая Мали. Задачи СЕМАРІ включают в себя поощрение прав промышленной собственности, реализацию эффективных образовательных и информационно-просветительских программ для потенциальных пользователей промышленной собственности, а также поддержку институтов, которые ведут борьбу с нарушениями прав промышленной собственности, включая, в частности, контрафакцию и недобросовестную конкуренцию.

5. Вопросами собственности на произведения литературного и художественного творчества ведаёт Малийское ведомство авторского права (BUMDA), которое входит в структуру министерства культуры.

## **III. МЕРОПРИЯТИЯ В ЦЕЛЯХ СОДЕЙСТВИЯ УВАЖЕНИЮ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В МАЛИ**

6. В целях укрепления и поощрения уважения ИС в Мали СЕМАРІ в сотрудничестве с различными партнерами реализует крупномасштабные проекты по наращиванию национального потенциала в том, что касается уважения прав человека. В частности, речь идет о следующих проектах:

- запуск механизма защиты прав владельцев объектов ИС в Мали 26 апреля 2019 г.;
- организация серии учебных практикумов для судей, юристов и должностных лиц национальных ведомств, занимающихся вопросами правоприменения в сфере ИС;

- организация в Бамако крупного автопробега в целях расширения информированности общественности о негативных последствиях контрафакции, который состоялся в рамках первой Недели товарных знаков в Мали;
- организация конкурсов «Молодежь и ИС» для учащихся школ и студентов высших учебных заведений;
- запуск информационной кампании в целях предотвращения контрафакции.

#### A. МЕХАНИЗМ ЗАЩИТЫ ВЛАДЕЛЬЦЕВ ПРАВ ИС

7. Трехстороннее соглашение с участием СЕМАРІ, Главного таможенного управления и BUMDA позволило разработать новаторский подход, который обеспечивает эффективную борьбу против мошенничества, контрафакции и пиратства, а также способствует созданию более благоприятных условий для деятельности компаний.



8. С практической точки зрения данный подход предполагает добровольное заполнение онлайн-формы с просьбой к Главному таможенному управлению принять необходимые меры и с информацией об охраняемых активах. Этот механизм позволяет владельцам прав ИС зарегистрироваться в таможенных органах, с тем чтобы эти органы имели возможность эффективно бороться с контрафакцией и недобросовестной конкуренцией, а также действовать с полным знанием всех фактов всякий раз, когда соответствующие (зарегистрированные) товары завозятся на территорию страны.

9. Был опубликован информационный справочник, разъясняющий порядок действия данного механизма. К настоящему времени благодаря ему удалось изъять несколько партий контрафактной продукции, а также укрепить связи между компаниями и таможенными органами.

**RISQUE SUR LE DOMAINE TEXTILE :**



1800 pièces de pagres contrefaits saisis en cote d'Ivoire.  
Source Financière Afrik

**PROTECTION :**

- Exigeons l'original des produits
- Vérifions sur les étiquettes des produits si les informations du fabriquant sont mentionnées
- Achetons dans les endroits appropriés.

*"Dénoncions tout acte suspect de piraterie ou de contrefaçon aux autorités"*



Unité de fabrication de jus contrefait

**PARTENAIRES**

**DOUANE MALIENNE :**  
Faladié-Bamako  
Tél. : (+223) 20 20 34 07  
<https://douanes.gouv.ml>



**CENTRE MALIEN DE PROMOTION DE LA PROPRIÉTÉ INDUSTRIELLE CEMAPI :**  
Hamdallaye ACI 2000, Avenue de l'Union Africaine  
Face au Restaurant l'Escale GOURMANDE  
B.P.E - 1851, Bamako - Mali  
Tél. : (+223) 20 29 90 90 ;  
Fax. : (+223) 20 29 90 91



**BUREAU MALIEN DU DROIT D'AUTEUR BUMDA :**  
Avenue de l'OUA Villa 85 Porte 4980, BP E. 2735,  
Tél. : (+223) 20 20 98 70,  
Cité des Coopérants Faladié Sokoro, Bamako - Mali  
[www.bumda.ml](http://www.bumda.ml)



**SPROXIL :**  
Tél. : (+223) 91 91 91 96 [Sproxil, ACI 2000  
Inm Euro Decor  
[issa.ballio@sproxil.com](mailto:issa.ballio@sproxil.com)  
[www.sproxil.com](http://www.sproxil.com)



**USAID**  
FROM THE AMERICAN PEOPLE



**CLDP**  
COMMERCIAL LIFE DEVELOPMENT PROGRAM



**NON A LA**



**CONTREFAÇON**

*Engageons-nous pour lutter contre la*

**PIRATERIE**

## V. СЕРИЯ УЧЕБНЫХ ПРАКТИКУМОВ

10. В мае и июле 2021 г. были организованы два раунда учебных практикумов, в которых приняли участие примерно 60 судей, юристов и сотрудников правоохранительных органов; целью практикумов было углубление понимания их участниками своей роли и функций в обеспечении уважения прав ИС в Мали.

11. Практикумы были организованы в сотрудничестве с Национальным управлением по вопросам отправления правосудия и при поддержке ВОИС и Программы развития торгового права (ПРТП) министерства торговли Соединенных Штатов по каналам Агентства Соединенных Штатов по международному развитию (ЮСАИД).

12. На заключительном этапе проведенных мероприятий состоялась дискуссия «за круглым столом», посвященная правовой взаимопомощи и сотрудничеству в вопросах ИС.



## С. КРУПНЫЙ АВТОПРОБЕГ В БАМАКО

13. Неделя товарных знаков стала первым экономическим мероприятием подобного рода в Мали и была направлена на содействие усилиям компаний в сфере стратегического использования промышленной собственности, а также на оказание компаниям и потребителям помощи в углублении понимания ими всех многообразных



аспектов вопроса о товарных знаках. Первая Неделя товарных знаков прошла в Бамако с 14 по 19 марта 2022 г. под председательством Премьер-министра.



14. В течение двух дней этой недели с 8.00 до 18.00 по Бамако передвигалась колонна автомобилей в целях расширения информированности потребителей о пагубных последствиях контрафакции. Колонна состояла из 23 автомобилей, окрашенных в цвета соответствующих брендов, а общее количество участников мероприятия составило 2000 человек. В ходе автопробега представители компаний-владельцев брендов раздавали зрителям подарки и рекламные материалы.



15. Организаторы, мастера искусств и юмористы использовали образовательные и интерактивные материалы для разъяснения роли СЕМАП и расширения

осведомленности о исках и угрозах, которые создает контрафакция для общественного здравоохранения и экономики.

#### D. КОНКУРС ДЛЯ СТУДЕНТОВ «МОЛОДЕЖЬ И ИС»

16. Цель данного мероприятия – поощрение творчества молодых и разъяснение им вопроса о том, почему ИС является неотъемлемой частью их жизни.

17. Девятый раунд конкурсных мероприятий состоялся 19 ноября 2020 г. под совместным руководством министра промышленности, торговли и поощрения инвестиций и министра высшего образования и науки. В конкурсе приняли участие 124 студента, которые представляли 13 университетов и других ведущих вузов.

18. В ходе первого этапа конкурса участники должны выполнить ряд заданий, касающихся ИС, с использованием таких наглядных пособий, как информационные видеоматериалы (видеоклипы). Следующий этап проходит в формате викторины с раздачей студентам соответствующих вопросников. После проверки заполненных вопросников членами жюри объявляются окончательные результаты конкурса, а победители получают призы.

19. Конкурс прошел успешно. Малийские университеты и студенческие ассоциации отнеслись к нему с энтузиазмом. После его завершения были проведены предварительные обсуждения перспектив организации магистерской программы в области ИС в сотрудничестве с ученым советом Университета юридических и политических наук в Мали. Для этой цели была создана совместная комиссия, а проект программы в настоящее время проходит аттестацию.

#### E. ИНФОРМАЦИОННАЯ КАМПАНИЯ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ КОНТРАФАКЦИИ

20. Данная кампания получила поддержку со стороны ПРТП по линии ЮСАИД; помимо СЕМАРІ, в ней участвовали еще три организации: BUMDA, Таможенное управление Мали и частная компания Sproxil.

21. В рамках кампании были реализованы следующие мероприятия:

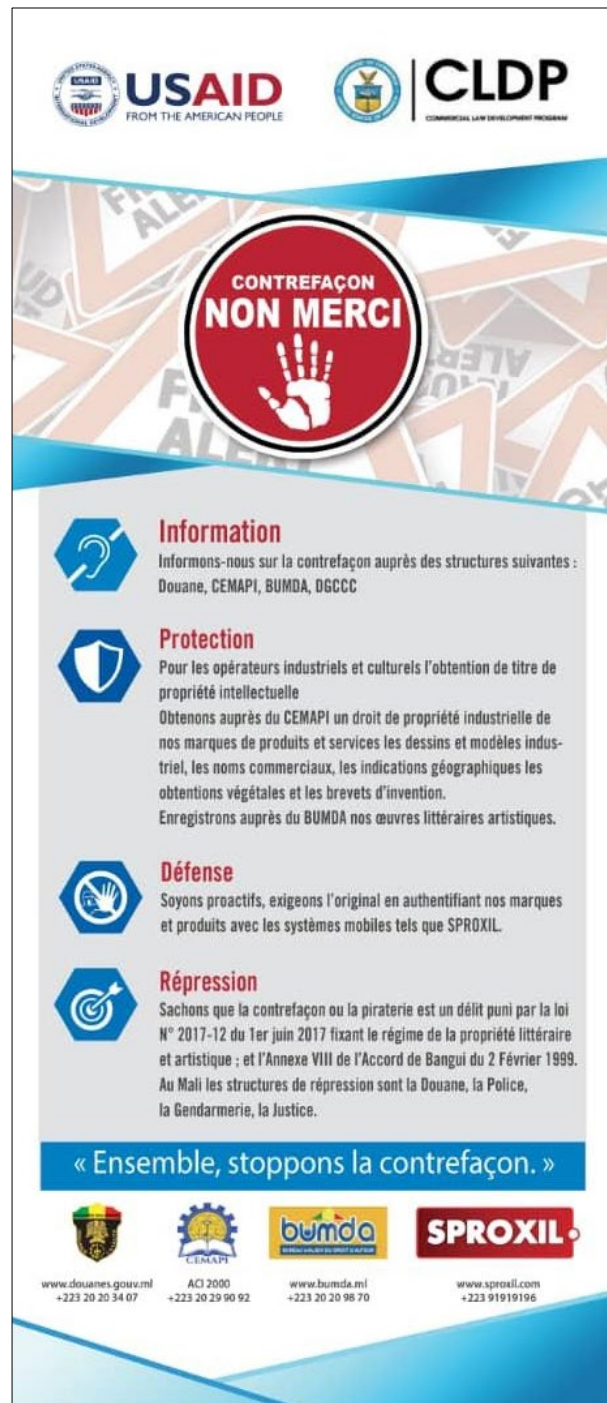
- подготовка и проведение двух радио- и телепрограмм на двух языках (на французском языке и на языке бамана) для организаций, работающих в сфере экономики, культуры и промышленности, а также для потребителей;
- дизайн и изготовление рекламных щитов различного содержания, которые размещались вблизи основных автострэд на периоды от одного до трех месяцев.







- дизайн и изготовление брошюры и 12 свитков («какэмоно»), которые были размещены в приемных всех организаций, участвовавших в кампании;
- разработка методических указаний для подготовки радио- и телепрограмм по вопросам контрафакции и пиратства с часто задаваемыми вопросами;
- подготовка интерактивных радиопрограмм с проведением викторин, по итогам которых радиослушателям, правильно ответившим на вопросы, вручались футболки и другие призы;
- организация брифинга / встречи «за чашкой кофе» с представителями прессы в целях более полного информирования журналистов, ведущих, лидеров мнений и блогеров о проблеме контрафакции;
- проведение базового исследования или обследования населения Мали в целях выявления основополагающих причин, побуждающих производителей подделок нарушать закон и наносить вред потребителям, которые приобретают и используют контрафактную продукцию. Полученные по итогам обследования результаты позволили углубить понимание данной проблемы и выработать необходимые решения. Одним из результатов обследования стало внедрение механизма защиты прав владельцев объектов ИС, о котором говорилось выше;



- съемка и распространение видеоролика, рассказывающего о процессе приобретения прав ИС;
- съемка и распространение видеоролика о тех людях, которые ведут борьбу с контрафакцией и недобросовестной конкуренцией, а также видеофильма, посвященного кампании; эти видеоматериалы транслировались по телевидению и размещались в соцсетях после завершения кампании.

#### **IV. ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

22. Реализация указанных выше информационно-просветительских мероприятий на протяжении последних четырех лет позволила добиться обнадеживающих результатов в сфере прав ИС и охватить широкий диапазон целевых групп (молодежь, компании, судьи, административные органы и т.д.).

23. Кроме того, следует отметить, что благодаря упреждающему и активному подходу СЕМАРІ удалось расширить существующую сеть стратегических партнеров и подписать различные соглашения о сотрудничестве в целях удовлетворения конкретных потребностей каждой организации-партнера.

[Конец доклада]



## ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ МЕКСИКАНСКОГО ИНСТИТУТА ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ ПО ОХРАНЕ И ЗАЩИТЕ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

*Доклад подготовили г-н Альдо Артуро Фрагосо Пастрана, заместитель генерального директора по вопросам промышленной собственности, и г-жа Вивиана Уэрта Гарсия, директор отдела рекламы и информационных технологий, Мексиканский институт промышленной собственности, Мехико, Мексика\**

### АННОТАЦИЯ

Мексиканский институт промышленной собственности (IMPI) проводит различные мероприятия по повышению осведомленности о негативных последствиях потребления нарушающих права ИС товаров и контента – проблемы, которая остается нерешенной и усиливается год от года. Кроме того, IMPI оценивает данные и результаты, чтобы получить общее представление о том, что необходимо для борьбы с пиратством, и об успехах, достигнутых в этой борьбе.

Действия, предпринимаемые IMPI, включают сотрудничество с основными заинтересованными сторонами, имеющими отношение к интеллектуальной собственности (ИС), в целях борьбы с пиратством, проведение различных семинаров, курсов, информационных презентаций и мероприятий по повышению осведомленности о значении уважения ИС, принятие мер для получения стратегической информации для борьбы с пиратством и мер по обеспечению соблюдения прав ИС, повышению их значения, и ответственности за нарушения этих прав.

### I. ВВЕДЕНИЕ

1. Мексиканский институт промышленной собственности (IMPI) отвечает за защиту прав интеллектуальной собственности (ИС) и борьбу с пиратством. В соответствии с Соглашением о торговых аспектах прав интеллектуальной собственности (Соглашение ТРИПС) Всемирной торговой организации нарушение авторских прав называется пиратством<sup>1</sup>. Однако в Мексике термин «пиратство» относится к нарушениям не только авторских прав, но также прав промышленной собственности. Пиратство наносит ущерб как правообладателям, так и пользователям.

2. Поэтому IMPI проводит различные мероприятия по повышению осведомленности о негативных последствиях потребления пиратского контента и товаров – проблемы, которая остается нерешенной и усиливается год от года. Кроме того, IMPI оценивает данные и результаты, чтобы получить общее представление о том, что необходимо для борьбы с пиратством, и об успехах, достигнутых в этой борьбе. Ниже приводится информация о действиях, предпринятых IMPI.

---

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

<sup>1</sup> Более подробную информацию о понятии пиратства в соответствии с Соглашением ТРИПС см. в пункте 520 Отчета группы экспертов Всемирной торговой организации (ВТО) по делу «Китай: меры, влияющие на охрану и обеспечение прав интеллектуальной собственности» (DS362) Органу по урегулированию споров Всемирной торговой организации (доступен по адресу: [https://www.wto.org/english/tratop\\_e/dispu\\_e/cases\\_e/ds362\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/dispu_e/cases_e/ds362_e.htm)) и сноску на странице 14 Соглашения ТРИПС.

## **II. СОТРУДНИЧЕСТВО МЕЖДУ ГОСУДАРСТВОМ И ЧАСТНЫМ СЕКТОРОМ В БОРЬБЕ С ПИРАТСТВОМ**

3. В течение 2021 г. IMPI отслеживал различные мероприятия Рабочей группы по борьбе с пиратством, которая была создана в 2019 г. и в состав которой входят представители торговых палат, ассоциаций владельцев прав ИС и предприятий. Целями ее деятельности являются повышение осведомленности о правах ИС и популяризация культуры признания и уважения значения инноваций и творческой деятельности, а также обмен информацией о принимаемых мерах и передовом опыте, что способствует укреплению культуры соблюдения закона и борьбе с пиратством и использованием пиратских товаров и контента. В работе группы могут принимать участие различные органы, занимающиеся защитой прав ИС.

4. 3 марта 2022 г. IMPI организовал первое ежегодное совещание Рабочей группы, чтобы представить 16 ее членам план работы на год. План предусматривает работу по следующим трем основным направлениям:

- Направление 1: обмен информацией и опытом в области борьбы с пиратством
- Направление 2: повышение осведомленности о правах ИС, а также о безопасном и правомерном использовании законной продукции
- Направление 3: участие в национальном обследовании привычек потребителей пиратской продукции<sup>2</sup>.

## **III. НЕДЕЛЯ ОХРАНЫ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ**

5. В 2021 г. IMPI в третий раз организовал Неделю защиты интеллектуальной собственности, которая проводится ежегодно для разработки различных мероприятий, направленных на повышение осведомленности о негативных последствиях потребления пиратских товаров и контента. Предпринятые в рамках этого мероприятия действия описаны в следующих пунктах.

### **A. ИНФОРМАЦИОННО-РАЗЪЯСНИТЕЛЬНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ**

6. 6-17 декабря 2021 г. IMPI в сотрудничестве с членами Рабочей группы по борьбе с пиратством организовал информационные презентации по следующим темам:

- Борьба с пиратством и контрафакцией в Мексике.
- Охрана и защита прав интеллектуальной собственности в индустрии программного обеспечения.
- Риски цифрового пиратства.
- Стратегии и проблемы, связанные с охраной ИС мексиканских микро-, малых и средних предприятий.
- Значение ИС для охраны и защиты сигналов в эпоху цифровых технологий.
- Значение охраны ИС и негативные последствия потребления пиратских товаров и контента.

---

<sup>2</sup> Более подробную информацию о Национальном обследовании привычек потребителей пиратской продукции см. в разделе V ниже.

- Охрана и защита прав ИС в издательской индустрии в эпоху цифровых технологий.
- Интеллектуальная собственность в отрасли производства вина и крепких алкогольных напитков и негативные последствия пиратства в этом секторе.
- Социально-экономические последствия пиратства в Мексике.
- Роль ИС в киноиндустрии и негативные последствия пиратства в этом секторе.
- Взаимосвязь между франчайзингом и ИС.
- Текила: борьба с незаконной деятельностью.
- Борьба с незаконным оборотом лекарственных средств.

7. Эти 13 информационных мероприятий проводились под руководством членов Рабочей группы и транслировались в прямом эфире в сети Facebook. Впоследствии они также были загружены на канал IMPI в YouTube. Прямые трансляции просмотрели 452 человека, и по состоянию на конец марта 2022 г. число просмотров превысило 6 000.

## В. ОНЛАЙН-СЕМИНАР

8. 7 и 8 декабря 2021 г. IMPI в сотрудничестве с ВОИС организовал онлайн-семинар на тему «Охрана ИС: альтернативные средства урегулирования споров». Целевой аудиторией были государственные должностные лица, и цель мероприятия состояла в том, чтобы рассказать им об альтернативных способах разрешения споров в области ИС (переговоры, посредничество, примирительная процедура и арбитраж) и о процессе внедрения таких методов и процедур в Мексике и других странах.

## IV. МЕРОПРИЯТИЯ ПО ПОВЫШЕНИЮ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ ОБЕСПЕЧЕНИЮ УВАЖЕНИЯ ПРАВ ИС

### А. ПРЯМЫЕ ТРАНСЛЯЦИИ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

9. IMPI периодически транслирует в Facebook презентации, в которых общественности рассказывается о том, почему так важно уважать права ИС, о негативных последствиях потребления пиратских товаров и контента, а также о административных действиях, которые могут предпринимать владельцы прав ИС. С начала течения 2021 г. и до конца марта 2022 г. были проведены прямые трансляции 14 мероприятий, которые были просмотрены аудиторией в 757 человек в общей сложности более 14 000 раз.

### В. МЕРОПРИЯТИЯ ДЛЯ ДЕТЕЙ И МОЛОДЕЖИ

#### а) Презентации в ходе учебных курсов и практических семинаров

10. Для молодежи были организованы следующие презентации в ходе учебных курсов и практических семинаров:

- Семинар по Федеральному закону «Об охране промышленной собственности». IMPI в сотрудничестве с Панамериканским университетом уже во второй раз организовал этот семинар, состоявшийся с 24 сентября по 26 ноября 2021 г. Семинар был организован для студентов юридических факультетов и юристов и включал модули на тему охраны ИС.

- *Проект для консультантов по общим аспектам промышленной собственности.* В период с 25 августа по 10 сентября 2021 г. IMPI в сотрудничестве с Национальным колледжем профессионально-технического образования (CONALEP) организовал мероприятие, в котором приняли участие 3 500 обучающихся в колледже молодых людей для получения аккредитации для прохождения профессиональной стажировки в рамках этого проекта. IMPI включил в программу различные модули для повышения осведомленности о проблеме пиратства и потребления контрафактных товаров.
- *Летний курс.* Каждый год IMPI организует летний курс для молодежи. В 2021 г. курс был организован в сотрудничестве с Университетом Анахуак и был посвящен ИС и здравоохранению. Он включал модули по защите ИС в здравоохранении в национальном и международном контексте.

b) Конкурс «Творческий гений»

11. IMPI организовал конкурс «Творческий гений» для повышения осведомленности молодежи о значении защиты результатов творческой деятельности и их популяризации. В период с 22 июля по 19 августа 2021 г. IMPI пригласил детей и молодых людей в возрасте от 6 до 25 лет принять участие в конкурсе рисунков, инфографики и анимационных видеороликов.

12. Всего было получено 224 заявки и 26 августа были названы три лучшие работы в каждой из категорий: рисование (среди детей в возрасте от 6 до 11 лет), инфографика (от 12 до 17 лет) и анимационное видео (от 18 до 25 лет). Комитет, который оценивал работы, состоял из членов Рабочей группы по борьбе с пиратством.

c) Разработка аудиовизуальных материалов

13. IMPI в сотрудничестве с Рабочей группой по борьбе с пиратством разработаны различные аудиовизуальные материалы с учетом того, как проблема пиратства воспринимается фокус-группами<sup>3</sup>. IMPI регулярно распространяет по доступным каналам следующие материалы:

- Видеоматериал «Интернет против пиратства». С момента появления этого видео в 2019 г. и до конца марта 2022 г. оно было просмотрено более 57 000 раз в Facebook, Twitter, YouTube и Instagram.
- Практические руководства:
  - «Основы технических средств защиты и процедуры уведомления и удаления контента»<sup>4</sup>. Этот документ содержит пояснения к положениям внесенной в 2020 г. поправки к Федеральному закону «Об авторском праве».

---

<sup>3</sup> Материалы разрабатывались на основе результатов национального обследования привычек потребителей пиратской продукции, представленных в разделе V ниже.

<sup>4</sup> Доступно по адресу:  
[https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/598313/Lo\\_ba\\_sico\\_sobre\\_las\\_medidas\\_tecnologicas\\_de\\_proteccion\\_y\\_el\\_aviso\\_y\\_retirada.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/598313/Lo_ba_sico_sobre_las_medidas_tecnologicas_de_proteccion_y_el_aviso_y_retirada.pdf) (на испанском языке).

- «Держитесь подальше от пиратства в цифровой среде в формате 2x6<sup>5</sup>». В этом документе представлены 12 рекомендаций, которыми можно воспользоваться, чтобы убедиться в том, что посещаемый сайт является законным и содержит контент, не нарушающий права ИС.
- Видеоматериал «Держись подальше от пиратства в цифровой среде в формате 2x6»<sup>6</sup>. Целью является распространение 12 рекомендаций в отношении того, как проверять законность посещаемых сайтов и не допускать раскрытия личной информации, чтобы не стать жертвой преступления. С момента выхода в 2020 г. и по состоянию на март 2022 г. это видео было просмотрено более 10 000 раз.
- «Технические средства защиты и процедуры удаления контента после уведомления: резюме»<sup>7</sup>. Этот видеоматериал был опубликован IMPI в 2020 г., с тем чтобы простым языком разъяснить поправки, внесенные в 2020 г. в Федеральный закон об авторском праве. По состоянию на конец марта 2022 г. видео было просмотрено более 8 000 раз.

14. В 2022 г. IMPI разработает видеоматериалы для детей. В них детям будет объясняться значение уважительного отношения к творческой деятельности. Первый из таких видеоматериалов из серии Creativity<sup>8</sup> («Творчество») выйдет в апреле.

#### C. КАМПАНИЯ «GO FOR REAL» («ТОЛЬКО НАСТОЯЩЕЕ»)

15. В 2021 г. состоялся Экономический диалог высокого уровня между Мексикой и США. Было решено, что IMPI примет участие в кампании по борьбе с контрафакцией под девизом Go For Real («Только настоящее»), инициированной Ведомством по патентам и товарным знакам США и Национальным советом по борьбе с преступностью.

16. IMPI примет участие в кампании, создав испаноязычную версию веб-сайта Go For Real<sup>9</sup>. Он выберет контент, который будет переведен на испанский язык для этой кампании, разработает веб-сайт и создаст талисман, который будет использоваться для обозначения и популяризации кампании.

#### V ПОЛУЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ СТРАТЕГИИ БОРЬБЫ С ПИРАТСТВОМ: НАЦИОНАЛЬНОЕ ОБСЛЕДОВАНИЕ ПРИВЫЧЕК ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ПИРАТСКОЙ ПРОДУКЦИИ

17. С 2019 г. IMPI проводит ежегодное обследование привычек потребителей пиратской продукции. Его методологическая основа обеспечивает достоверность и прослеживаемость результатов и позволяет получать стандартизированную и всеобъемлющую информацию об отношении населения страны к потреблению пиратской продукции.

---

<sup>5</sup> Доступно по адресу: [https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/598314/Ale\\_jate\\_de\\_la\\_pirateri\\_a\\_en\\_la\\_red\\_en\\_un\\_2x6.pdf](https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/598314/Ale_jate_de_la_pirateri_a_en_la_red_en_un_2x6.pdf) (на испанском языке).

<sup>6</sup> Доступно по адресу: <https://www.youtube.com/watch?v=fP97i95s2ks> (на испанском языке).

<sup>7</sup> Доступно по адресу: <https://www.youtube.com/watch?v=c-9icTa2LFk> (на испанском языке).

<sup>8</sup> Доступно по адресу: <https://www.youtube.com/watch?v=-LzZo5EtbM0> (на испанском языке).

<sup>9</sup> Доступно по адресу: <https://www.ncpc.org/goforreal/>.

18. Анализ результатов облегчает принятие решений в сферах деятельности, затронутых проблемой пиратства, а также разработку государственной политики для выявления областей, представляющих общий интерес.

19. В ходе проведенного в 2021 г. обследования было опрошено 2 800 человек: 1 660 по телефону и 1 140 онлайн.

20. В 2022 г. IMPI планирует разработать инфографику с использованием результатов обследования, проведенного в 2021 г., с целью привлечения внимания к соблюдению прав ИС и повышения осведомленности общественности по этому вопросу.

## **VI. ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНЫЕ ДЕЙСТВИЯ, ПРЕДПРИНЯТЫЕ IMPI**

### **A. ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНЫЕ ПОЛНОМОЧИЯ IMPI**

21. Как подробно указано в докладе<sup>10</sup> Мексики на тринадцатой сессии Консультативного комитета по защите прав, IMPI отвечает не только за охрану и популяризацию ИС, но и за защиту прав ИС. Ниже подробно описаны новые полномочия IMPI в области защиты прав ИС.

22. За прошедший период был достигнут прогресс в системе охраны прав ИС благодаря недавней реформе Федерального закона об авторском праве<sup>11</sup> и новому Федеральному закону об охране промышленной собственности<sup>12</sup>. Эти законы содержат нормативные предписания из Соглашения между Мексиканскими Соединенными Штатами, Соединенными Штатами Америки и Канадой<sup>13</sup>, которое представляет собой важный шаг вперед в области охраны и защиты прав ИС, поскольку в его главе 20, разделе J, установлены минимальные руководящие стандарты, которые подписавшие его страны должны сделать частью своего национального законодательства.

23. Во исполнение положений Соглашения законодательная власть новым Федеральным законом «Об охране промышленной собственности» наделила IMPI новыми правоприменительными полномочиями. Закон вступил в силу 5 ноября 2020 г.

#### **a) Обеспечительные меры**

24. Новый Федеральный закон «Об охране промышленной собственности» расширяет сферу применения обеспечительных мер. Заинтересованные стороны могут ходатайствовать перед IMPI о принятии обеспечительных мер в рамках любой таможенной процедуры, включая транзит и перегрузку товаров. Они также могут запросить приостановку, блокировку, удаление или прекращение действия в цифровой среде. Объем полномочий по проведению инспекционных проверок также был расширен с учетом особенностей цифровой среды. IMPI может принимать обеспечительные меры в силу своих должностных полномочий.

25. Для принятия и отмены обеспечительных мер Управление IMPI по охране

интеллектуальной собственности должно провести всесторонний анализ вероятности

<sup>10</sup> Доступно по адресу: [https://www.wipo.int/edocs/mdocs/enforcement/en/wipo\\_ace\\_13/wipo\\_ace\\_13\\_6.pdf](https://www.wipo.int/edocs/mdocs/enforcement/en/wipo_ace_13/wipo_ace_13_6.pdf).

<sup>11</sup> Доступно по адресу: <https://wipolex.wipo.int/en/legislation/details/20225>.

<sup>12</sup> Доступно по адресу: <https://wipolex.wipo.int/en/legislation/details/20034>.

<sup>13</sup> Доступно по адресу: <https://www.gob.mx/t-mec/acciones-y-programas/textos-finales-del-tratado-entre-mexico-estados-unidos-y-canada-t-mec-202730?state=published> (на испанском языке).

успешного рассмотрения дела по существу.

26. В отличие от предыдущего Закона о промышленной собственности, в соответствии с которым для отмены обеспечительных мер в дополнение к гарантии, предоставляемой заявителем для принятия обеспечительных мер, требовалось предоставить встречная в размере 40 процентов, Федеральный закон об охране промышленной собственности не накладывает никаких ограничений и дает IMPI право отменить обеспечительную меру, убедившись в том, что она возымела воздействие.

b) Новые основания для привлечения к ответственности за нарушения

27. К существующему перечню нарушений были добавлены следующие: (i) нарушение промышленной тайны; (ii) использование зарегистрированного знака в качестве доменного имени.

c) Возмещение ущерба

28. IMPI взял на себя часть полномочий, которые до этого были исключительной прерогативой судебной власти: он может обязать правонарушителя возместить ущерб, причиненный пострадавшему правообладателю. В настоящее время такими полномочиями наделены как IMPI, так и судьи по гражданским делам в каждом штате (только в Мехико более 80 судей, наделенных такими полномочиями), и в 2019 г. было зарегистрировано около 400 нарушений прав ИС.

d) Нарушения в виде действий в обход технических средств защиты – удаление или изменение информации об управлении правами

29. Это совершенно новая область в законодательстве Мексики, но не в международном законодательстве. Правообладатели в Мексике уже в течение многих лет призывают к использованию этого механизма правоприменения. Поэтому ожидается, что владельцы предпочтут воспользоваться этим правом.

e) Процедура удаления после уведомления

30. Этот механизм, применяемый в частном секторе в соответствии с

законодательствами других юрисдикций уже более 20 лет, теперь также предусмотрен законодательством Мексики. Правообладатели требовали этого уже в течение многих лет, и ожидается, что теперь они будут обращаться к IMPI во избежание злоупотреблений в этой области.

f) Примирительная процедура

31. Для обеспечения соблюдения положений Конституции Мексики и международных договоров в закон была добавлена отдельная глава. В соответствии с положениями этой новой главы стороны могут прибегнуть к примирительной процедуре, чтобы провести переговоры и таким образом урегулировать спор. Это связано с тем, что такая примирительная процедура создает большую правовую определенность, поскольку она имеет силу судебного решения и является обязательной для исполнения.



## В. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРАВОПРИМЕНИТЕЛЬНЫХ ДЕЙСТВИЙ, ПРЕДПРИНЯТЫХ ИМРІ

а) Количество принятых мер

	2020	2021	июнь 2022 г.
Запросы	2 100	2 692	1 346
Решения	1 487	1 935	1 145
Выездные инспекции	1 352	2 080	1 578
Запрошенные по соглашению <sup>14</sup>	835	909	1 102
По запросу одной из сторон	517	1 171	476

б) Конфискованные товары

	2020	2021	июнь 2022 г.
Товары	558 644	3 460 509	516 469
Стоимость товаров (в мексиканских песо) <sup>15</sup>	11 308 324	47 504 372	11 723 951
Коммерческая стоимость (в мексиканских песо) <sup>16</sup>	76 624 084	656 918 675	75 286 406

с) Штрафы

2020	Штрафы	Единица измерения и последняя информация	Сумма (в мексиканских песо)
Всего	229	547 200	44 400 211
По решению	132	500 150	40 397 450
За отказ выполнить требования выездных инспекций	97	47 050	4 002 761

<sup>14</sup> Действия, запрошенные по соглашению, — это действия (выездные инспекции), предпринимаемые на основе соглашений между различными ассоциациями коллективного управления или другими частными ассоциациями.

<sup>15</sup> Стоимость товаров, рассчитанная во время выездной проверки.

<sup>16</sup> Коммерческая стоимость — это рыночная стоимость конфискованной продукции.

Предприятия, деятельность которых была приостановлена	3		
<b>2021</b>	Штрафы	Единица измерения и последняя информация	Сумма (в мексиканских песо)
Всего	171	525 000	43 047 540
По решению	101	494 950	40 374 200
За отказ выполнить требования выездных инспекций	70	30 050	2 673 340
Предприятия, деятельность которых была приостановлена	7		
<b>июнь 2022 г.</b>	Штрафы	Единица измерения и последняя информация	Сумма (в мексиканских песо)
Всего	104	324 900	28 291 605
По решению	50	200 250	16 690 285
За отказ выполнить требования выездных инспекций	54	124 650	11 601 320
Предприятия, деятельность которых была приостановлена	6		

[Конец доклада]

## **ПОСЛЕДНИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ И КАМПАНИИ В ОБЛАСТИ ПООЩРЕНИЯ УВАЖЕНИЯ ПРАВ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ В НИГЕРЕ**

*Доклад подготовил г-н Ямбейе Ибрахима, Генеральный директор, Национальное агентство промышленной собственности и поддержки инноваций (AN2PI), Ниамей, Нигер\**

### **АННОТАЦИЯ**

Интеллектуальная собственность (ИС) является катализатором экономического роста, а также вносит вклад в социально-экономическое и культурное развитие стран и обеспечение благосостояния их населения. Национальный план развития в области интеллектуальной собственности и инноваций, принятый в 2020 г., и стратегический план Африканской организации интеллектуальной собственности (ОАПИ) на период 2018–2022 гг. создали условия для реализации мероприятий, связанных с различными аспектами ИС. В настоящем документе освещается ряд проведенных Нигером мероприятий, которые способствовали росту числа поданных и удовлетворенных заявок на регистрацию объектов ИС. Целевую аудиторию применяемых стратегий составляют правоохранительные органы, суды, научные учреждения (научно-исследовательские институты и университеты), частные компании (малые и средние предприятия, а также другие заинтересованные стороны, включая стартапы, бизнес-инкубаторы и организации, занимающиеся поддержкой бизнеса), владельцы прав ИС, молодежь и широкая общественность.

### **I. ЗАДАЧИ НАЦИОНАЛЬНОГО АГЕНТСТВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ И ПООЩРЕНИЕ ИННОВАЦИЙ**

1. Сознвая важную роль ИС в деле поддержки социально-экономического и культурного развития страны, власти Нигера приняли закон № 2012–25 от 2 мая 2012 г., в соответствии с которым было учреждено Национальное агентство промышленной собственности и поддержки инноваций (AN2DP). В соответствии со своими целями, которые предусматривают охрану и использование ИС, поощрение деятельности в сфере инноваций и развития технологий, а также борьбу с контрафакцией, Агентство организует учебные практикумы и семинары. Темы таких мероприятий включают: охрану произведений; обеспечение уважения прав промышленной собственности; центры поддержки технологий и инноваций ВОИС (ЦПТИ); защиту прав; и борьбу с контрафакцией в сотрудничестве с судами, таможенными органами и полицией. Кроме того, на местном уровне организуются информационно-просветительские кампании, автопробеги и публикации в СМИ с использованием новостных и тематических материалов с участием соответствующих заинтересованных сторон (компаний, университетов, студентов, мастеров ремесел, органов системы правосудия, таможенных органов, полиции, торговых компаний, предпринимателей, организаторов отраслевых ярмарок и выставок и т.д.).

---

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

## II. СЕМИНАРЫ И ПРАКТИКУМЫ

2. В период с 2019 по 2021 гг. AN2PI провела следующие мероприятия: информационный семинар для хозяйствующих субъектов по вопросу об охране товарных знаков (50 участников); семинар по наращиванию потенциала для судей, работников системы правосудия и других должностных лиц судебных органов, работающих в хозяйственных судах и специализированных коллегиях апелляционных судов по рассмотрению хозяйственных дел, посвященный общим вопросам ИС и положениям Бангийского соглашения, с тем чтобы они могли оперативно принимать справедливые и взвешенные решения (80 участников); информационный семинар по вопросам охраны промышленных образцов для ассоциаций ремесленников (23 участника); информационный семинар по вопросам промышленной собственности, ЦПТИ и результатов научных исследований для студентов, ведущих научную работу, административного персонала и обычных студентов Университета Зиндера и Университета Мареди и политехнических институтов (84 участника); и учебный семинар для координаторов ЦПТИ по вопросам охраны результатов научных исследований и пользования базами патентных данных (30 участников).



## III. МЕСТНЫЕ ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ КАМПАНИИ ПО ВОПРОСАМ ОХРАНЫ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ

3. В 2019 г. информационно-просветительские кампании были организованы в пяти регионах Нигера, а именно в Мареди, Зиндере, Тахуа, Агадесе и столичном округе Ниамей, и привлекли почти 180 участников. Задачей этих кампаний было предоставление целевым группам (хозяйствующим субъектам, изобретателям, ремесленникам, школьникам и студентам) информации, необходимой им для задействования системы промышленной собственности в целях охраны объектов, используемых ими в их деятельности, а также создаваемых ими произведений.

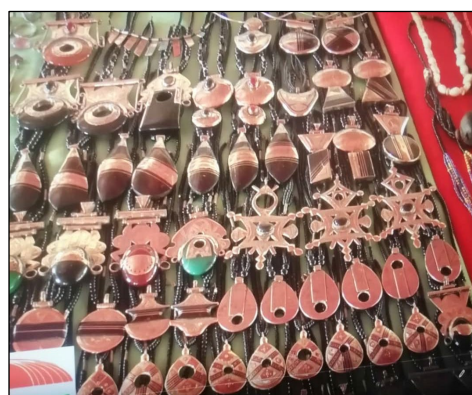
4. В 2020 г. информационно-просветительские кампании также были организованы в шести регионах Нигера, а именно в Мареди, Зиндере, Тахуа, Доссо, Тиллабери и столичном округе Ниамей, с тем чтобы довести до сотен людей и заинтересованных сторон информацию о необходимости охраны их произведений.

5. Кроме того, в 2021 г. в регионах Тахуа, Агадес, Тиллабери, Доссо, Маради и Зиндер были организованы две информационно-просветительские кампании, включавшие в себя проведение нескольких мероприятий для хозяйствующих субъектов, преподавателей, ученых и других заинтересованных участников, общее число которых составило 459.



#### IV. ПОДГОТОВКА И ТРАНСЛЯЦИЯ НОВОСТНЫХ И ТЕМАТИЧЕСКИХ ПРОГРАММ, ПОСВЯЩЕННЫХ ОХРАНЕ И УВАЖЕНИЮ ПРАВ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ

6. Начиная с 2018 г. ежегодно организуются регулярные трансляции в прайм-тайм тематических телепрограмм, посвященных промышленной собственности и промышленным образцам, на французском языке, а также на языках хауса и зарма (см. новостные и тематические программы).



#### V. АВТОПРОБЕГ, ДЕНЬ СОТРУДНИЧЕСТВА, ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ РАБОТА И АДРЕСНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ НА МЕСТНОМ УРОВНЕ

7. В целях более глубокого ознакомления жителей Ниамея и его пригородов с национальной структурой, ответственной за связь с ОАПИ, был организован автопробег.

8. День сотрудничества был проведен для того, чтобы торговцы, предприниматели и мастера ремесел могли познакомиться друг с другом, что, в свою очередь, создало бы условия для дальнейших обменов. Целевая аудитория данного мероприятия включала представителей 12 секторов (включая сектор здравоохранения). С теми же целями представители Агентства также посетили ряд научно-исследовательских центров.



9. Тринадцатого сентября 2019 г. в рамках проведения двадцатого ежегодного Африканского дня технологий и интеллектуальной собственности, посвященного теме «Изменение климата и ИС», были организованы день открытых дверей и конференция по вопросам охраны и увеличения стоимости результатов научных исследований.

10. Один раз в две недели проводились адресные информационно-просветительские мероприятия, а также мероприятия, приуроченные к отраслевым выставкам и ярмаркам. Ниже приводится фотография местной информационно-просветительской кампании, которая охватила 20 участников и была посвящена выгодам, связанным с охраной активов, относящихся к промышленной собственности.



## VI. ЗАКОНОПРОЕКТ О БОРЬБЕ С КОНТРАФАКЦИЕЙ В НИГЕРЕ

11. Данный законопроект был одобрен всеми соответствующими государственными и частными заинтересованными сторонами в ходе практикума, состоявшегося в гостинице «Хоумленд» в Ниамее 16 апреля 2019 г.

12. Затем состоялась его презентация в ходе семинара по наращиванию потенциала для судей, работников системы правосудия и других должностных лиц судебных органов, работающих в хозяйственных судах и специализированных коллегиях апелляционных судов по рассмотрению хозяйственных дел, которые, в свою очередь, предложили внести в него важные поправки. Ожидается, что Национальное ведомство авторского права представит свои комментарии по этим поправкам Генеральному секретариату правительства страны.

[Конец доклада]



## ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ КАМПАНИЯ В ОБЛАСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ 2020/21 ГГ. ДЛЯ УЧАЩИХСЯ ШКОЛ И ИХ РОДИТЕЛЕЙ, ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ И ОБЩЕСТВЕННОСТИ В ОМАНЕ

*Доклад подготовила д-р Майя аль-Азри, специалист по вопросам образования и  
Директор Департамента инноваций и научных олимпиад, Министерство образования,  
Маскат, Оман\**

### АННОТАЦИЯ

Министерство образования в сотрудничестве с Всемирной организацией интеллектуальной собственности (ВОИС) провело информационно-просветительскую кампанию в области интеллектуальной собственности (ИС) в ходе второго семестра 2019–2020 учебного года. Целью кампании было расширение информированности о важном значении охраны новаторских идей, связанных с плодами интеллектуальной деятельности как в сфере литературы, так и в сфере науки, в целях охраны прав их авторов; в рамках кампании рассказывалось о различных видах интеллектуальной собственности (ИС), способах ее охраны и последствиях нарушения прав ИС. Кампания, которая была адресована широкой общественности, и в особенности детям школьного возраста, включала в себя: практикумы с участием специалистов, представляющих различные ведомства; конкурсы разных уровней; размещение в соцсетях материалов с хештегом #Let's\_protect\_our\_ideas; подготовку школьниками наглядных материалов в целях расширения информированности о важном значении охраны прав ИС и их размещение на страницах министерства в соцсетях с соответствующим хештегом; и постоянная публикация на страницах министерства в сетях Twitter и Instagram коротких сообщений для школьников и их родителей. Мероприятиями в рамках кампании удалось охватить 3000 бенефициаров, представляющих различные группы. Кроме того, в период пандемии (т.е. в 2021–2022 учебном году) министерство организовывало программы по вопросам ИС в виртуальном формате.

### I. ПЛАНИРОВАНИЕ КАМПАНИИ

1. Кампания включала в себя ряд мероприятий, реализованных в сотрудничестве с различными профильными ведомствами правительства. В качестве первого шага специалисты Департамента инноваций и научных олимпиад определили программы для включения в кампанию и подготовили график проведения кампании. После согласования параметров кампании с ВОИС Департамент провел консультации с организациями-партнерами. В число партнеров вошли государственные, образовательные и научно-исследовательские учреждения, включая Центр инноваций и передачи технологий Университета им. султана Кабуса, Научно-исследовательский совет и политехнические колледжи министерства высшего образования. Каждый из них взял на себя ответственность за осуществление определенных программ, определив их целевую аудиторию и сроки реализации.
2. В сотрудничестве с преподавателями различных учебных заведений для кампании также были подготовлены информационные материалы, включая интерактивные

---

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

презентации в формате PowerPoint и видеопрезентации для школьников, а также темы лекций для педагогов и специалистов. Кроме того, Департамент инноваций и научных олимпиад подготовил и проверил научные материалы для проведения конкурсов, а также разработал и утвердил методы презентации конкурсов целевым группам. В рамках различных мероприятий были использованы полученные от ВОИС материалы для популяризации кампании, в том числе сувениры, футболки и буклеты для школьников и учителей, а также компакт-диски, браслеты и медали для победителей различных конкурсов. Реализация всех намеченных мероприятий велась по плану вплоть до 5 марта 2020 года, когда было решено отменить все внутришкольные и внешкольные мероприятия из-за профилактических мер, направленных на борьбу с вспышкой коронавирусного заболевания.

## II. ПРОГРАММЫ, РЕАЛИЗОВАННЫЕ В РАМКАХ КАМПАНИИ

3. В ходе информационно-просветительской кампании был реализован ряд программ, ориентированных на различные целевые группы, включая учителей, школьников, родителей и общество в целом. Обзор этих программ приводится ниже.

### A. ИНТЕРАКТИВНЫЕ ПРАКТИКУМЫ

4. В рамках практикумов, проводившихся в школах и инкубаторах инноваций, использовались рабочие материалы, подготовленные для учащихся с учетом их возрастных групп. Был предпринят максимум усилий для того, чтобы практикумы были интересными и интерактивными. Школьники познакомились с различными видами интеллектуальной собственности (ИС) при помощи видеоматериалов, коротких театральные постановки и презентаций ряда продуктов с разъяснением того, какие для них возможны виды охраны.

5. В ходе практикумов также рассказывалось о патентах, авторском праве, географических указаниях и товарных знаках. В проведении этих практикумов приняли участие педагоги и специалисты, прошедшие курс подготовки по основам прав ИС. Также были проведены практикумы прикладной направленности, посвященные вопросам производства инновационных товаров с помощью вторичной переработки экологически чистых материалов, в ходе которых учащиеся имели возможность создать новый или усовершенствовать существующий товар; в ходе таких практикумов обсуждались способы охраны и использования новаторских идей.





## В. ЛЕКЦИИ И СЕМИНАРЫ

6. В рамках лекций и семинаров, предназначенных для преподавателей, специалистов по разработке учебных программ и руководящих работников, рассказывалось об основных характеристиках и важном значении различных категорий прав ИС, включая патенты, товарные знаки, промышленные образцы, авторское право и смежные права, географические указания, традиционные знания и коммерческую тайну. Кроме того, в ходе их проведения освещались условия выдачи патентов и приводились примеры баз данных о патентах, а также разновидностей содержащихся в них документов и публикаций. Лекции читали специалисты и профессора из различных государственных ведомств, включая Центр инноваций и передачи технологий Университета им. султана Кабуса, Научно-исследовательский совет и политехнические колледжи министерства высшего образования. Некоторые из преподавателей, прошедших курс базовой подготовки по вопросам интеллектуальной собственности, также внесли вклад в проведение кампании, поделившись полученными знаниями со своими коллегами в различных мухафазах.





## С. КОНКУРСЫ

7. Для различных целевых групп были организованы конкурсы двух типов. При помощи обучающей платформы «Kahoot!» в школах были организованы интересные интерактивные конкурсы, участники которых должны были ответить на несколько многовариантных вопросов по ИС в целях оценки усвоения школьниками соответствующих понятий после участия в интерактивных практикумах. В дополнение к получению школьниками новых знаний о категориях ИС и связанных с ними понятиях конкурсы дали им прекрасную возможность для проверки этих знаний в интерактивном формате.



8. Предполагалось, что проведение таких конкурсов в школах будет продолжаться до 16 апреля 2020 г. в дополнение к мероприятиям в рамках кампании, намеченным к реализации в ходе Национальной недели науки с 8 по 12 марта 2020 г. Однако в результате исключительных обстоятельств, сложившихся в мире в связи с пандемией COVID-19, министерство постановило отменить все мероприятия в школах, в том числе и приуроченные к Национальной неделе науки. Правительство также решило приостановить процесс обучения во всех образовательных учреждениях начиная с 15 марта 2020 г. Поэтому порядок проведения конкурсов изменился, а акцент был перенесен на программы, реализуемые в дистанционном формате через различные социальные сети.

9. Второй тип конкурсов, ориентированный на широкие слои населения, представлял собой викторину по теме ИС. Этот конкурс, организованный в сотрудничестве с Центром инноваций и передачи технологий Университета им. султана Кабуса (сокращенно – Центром), проводился с задействованием страниц министерства и Центра в социальных сетях Twitter и Instagram и продолжался вплоть до 26 апреля 2020 г., т.е. до Международного дня ИС. Конкурс привлек широкое внимание как внутри страны, так и за ее пределами; ежедневно трем победителям вручались медали и ценные призы.



10. Совместно с другими национальными ведомствами министерство приняло участие в проведении Международного дня ИС в виртуальном формате с задействованием различных механизмов, включая виртуальные диалоги, видеоотчеты по теме сотрудничества и связей между организациями в сфере ИС, а также другие видеоматериалы, которые, в частности, рассказывали о достижениях тех или иных изобретателей.

#### D. МЕДИЙНЫЕ ПРОГРАММЫ

11. В рамках информационно-просветительской кампании была обеспечена реализация программ в социальных сетях. В их число вошел запуск хештега #Let's\_protect\_our\_ideas, который сопровождал все сообщения министерства во всех соцсетях, где у него есть 244 000 подписчиков, представляющих различные слои общества. Опубликованные сообщения касались таких тем, как ИС, ее различные виды, способы ее охраны и последствия нарушений прав ИС. В этой деятельности также принимали участие школы и другие государственные учреждения, которые публиковали информацию о мероприятиях в рамках кампании на своих официальных страницах в соцсетях.



#### E. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ПЛАКАТЫ

12. Школьники занимались подготовкой плакатов, отражающих их представления об интеллектуальной собственности и важность охраны объектов ИС от нарушений. Всем школам было предложено принять участие в выпуске информационных плакатов под руководством учителей, а сами плакаты включались в сообщения в соцсетях с хештегом кампании. При помощи плакатов собственного изготовления школьники доносили до людей информацию об ИС, необходимости ее охраны и последствиях нарушения прав ИС для общества.







F. МЕРОПРИЯТИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО УРОВНЯ

13. Хотя реализация программ, являющихся частью кампании, официально началась с первых дней второго семестра 2019–2020 учебного года, некоторые мероприятия национального уровня были проведены в конце первого семестра; в рамках таких мероприятий важно было не упустить из виду расширение информированности общественности об ИС, поскольку они привлекли сотни тысяч участников, представляющих все слои общества. С 4 по 8 ноября 2019 г. министерство образования организовало второй оманский научный фестиваль, который привлек свыше 184 000 посетителей и



предусматривал проведение более 350 мероприятий силами 67 государственных, военных и частных организаций, а также организаций гражданского общества. Данный фестиваль, организуемый министерством образования один раз в два года, ориентирован на все слои общества; на нем представлены все отрасли науки, с которыми можно ознакомиться в интерактивной и неформальной среде. Такой подход способствует формированию в обществе положительного восприятия науки, побуждает молодых людей заняться изучением различных научных дисциплин, а

науки, побуждает молодых людей заняться изучением различных научных дисциплин, а



также стимулирует развитие их творческих и изобретательских навыков, с тем чтобы они могли вносить свой вклад в экономику знаний. В качестве спонсоров этих мероприятий выступают различные государственные и частные учреждения, получающие ощутимую поддержку со стороны частного сектора.

14. В сотрудничестве с Центром инноваций и передачи технологий Университета им. султана Кабоса в рамках оманского научного фестиваля был организован «уголок интеллектуальной собственности», который стал площадкой для проведения ряда мероприятий для посетителей, включая информативные конкурсы в формате викторин с вопросами по ИС, а также раздачу брошюр и других печатных материалов, посвященных разным категориям ИС и способам их охраны. Посетители «уголка ИС» также могли принять участие в интерактивной игре, предназначенной для творчески мыслящих школьников и студентов; смысл игры –



двигаться вперед по пути к созданию компании, проходя различные остановки и стадии и получая опыт в области создания фирмы и маркетинга в режиме полной вовлеченности в процесс. «Уголок ИС» был намеренно размещен рядом с выставкой научных достижений, на которой было представлено 35 инновационных экспонатов от нескольких учреждений, включая министерство образования, Университет им. султана Кабоса, политехнические колледжи, частные колледжи и университеты, аффилированные с министерством высшего образования, а также профессионально-технические училища, входящие в систему министерства трудовых ресурсов. Студенты, которые участвовали в работе «уголка», представили свои инновации в различных отраслях, а специалисты по вопросам ИС отвечали на вопросы о наиболее эффективных способах охраны инноваций.

15. Помимо «уголка ИС», ВОИС внесла свой вклад в проведение фестиваля, организовав национальный практикум для преподавателей начальных и средних школ. В нем приняли участие эксперты ВОИС и четыре специалиста, которые представляли департамент интеллектуальной собственности министерства торговли и промышленности, Центр передачи технологий Университета им. султана Кабоса и политехнические колледжи; они снабдили участников обширными данными об ИС и прикладных видах практики.



16. В ходе практикума затрагивался широкий диапазон разных тем, включая образовательные программы Академии ВОИС по вопросам ИС, национальные и региональные перспективы адаптации обучающей деятельности в сфере ИС, методологии преподавания вопросов, касающихся инноваций, на различных уровнях системы образования, а также академические аспекты подготовки и адаптации классных занятий по тематике авторского права, товарных знаков и прочих вопросов ИС.

## Г. ПЕРЕДВИЖНАЯ ЛАБОРАТОРИЯ FABTECH

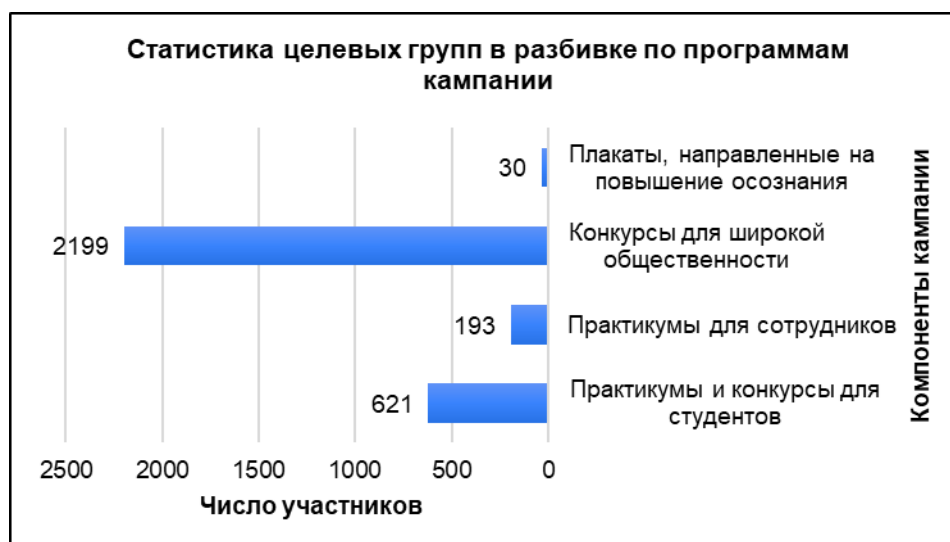
17. Программы, утвержденные в рамках плана реализации кампании, включали в себя проведение информационно-просветительских мероприятий по вопросам ИС с использованием передвижной лаборатории FabTech; эта лаборатория представляет собой автобус, оборудованный такими производственными технологиями, как принтеры объемной печати, и совершающий поездки по разным мухафазам в целях организации практикумов по инновациям в школах. Эта лаборатория работает в рамках одного из реализуемых министерством проектов государственно-частного партнерства.



По причине приостановки деятельности и учебы в 2019–2020 учебном году утвержденные программы не осуществлялись. Однако, поскольку в 2022 г. ученики вернулись за парты, в начале февраля 2022 г. лаборатория возобновила свою деятельность.

## Н. СТАТИСТИЧЕСКАЯ ИНФОРМАЦИЯ О КАМПАНИИ

18. Тот факт, что мероприятиями в рамках кампании удалось охватить столь большое количество учащихся, педагогов и представителей широкой общественности, свидетельствует о положительном эффекте программ, реализованных в ее рамках, несмотря на экстренные обстоятельства, с которыми пришлось столкнуться сектору образования в 2019–2020 учебном году. Общее число лиц, охваченных кампанией, составило 3043. Несмотря на то, что в рамках кампании изначально планировалось охватить значительно более широкий круг лиц с помощью мероприятий, которые в нормальных условиях были бы проведены в оманских школах, сложившиеся обстоятельства дали нам возможность задуматься о творческих способах распространения информации и о сосредоточении внимания на образовательных программах, реализуемых в дистанционном формате. На приводимой ниже диаграмме показано число лиц, охваченных кампанией, в разбивке по отдельным программам.



### III. ПРОГРАММЫ В ОБЛАСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ОМАНЕ В 2021–2022 УЧЕБНОМ ГОДУ

19. В 2020–2021 учебном году процесс обучения в Омане из-за пандемии проходил главным образом в виртуальном формате; поэтому часть программ в сфере ИС также осуществлялась в виртуальном формате, а именно: – в рамках Национальной недели науки 21–25 марта 2021 г. министерство организовало виртуальные учебные практикумы для преподавателей и учащихся по теме «Устойчивость окружающей среды».

Мероприятия, проведенные в рамках Национальной недели науки, также включали в себя конкурс для учеников 5–12 классов на тему «Окружающая среда глазами наших детей», целью которого было раскрытие детьми своего творческого потенциала в области фотографии, а также их информирование о способах охраны созданных благодаря их творчеству художественных произведений;

- для учащихся младшего возраста был снят познавательный мультфильм «Фатима и летающий робот» в целях информирования детей о важном значении и способах охраны их новаторских идей. Мультфильм был показан учащимся в ходе виртуальных практикумов, организованных Департаментом инноваций и научных олимпиад, а также после их возвращения за парты во второй половине 2021 г.;
- Ниам бинт Захран аль-Харраси – ученица 10 класса, одаренная изобретательским талантом, – стала первым в Арабском регионе молодежным посланцем ВОИС в области ИС в Омане<sup>1</sup>. Первым заданием, выполненным Ниам в этом качестве в Омане, стала презентация для одаренных учащихся, посвященная расширению осведомленности об ИС и способах ее охраны, которая была организована в ходе Национальной выставки научных достижений школьников и студентов (Маскат, 28–30 марта 2022 г.).
- в октябре и ноябре 2021 г. были организованы учебные практикумы для преподавателей и специалистов подразделений, занимающихся вопросами инноваций, а также научная олимпиада, посвященная вопросам ИС и ее важного значения, а также способам ее охраны и связанным с этим процедурам. В подготовке этих практикумов участвовали специалисты

<sup>1</sup> Рассказ о ней опубликован на веб-сайте ВОИС: [www.wipo.int/academy/ru/news/2022/news\\_0010.html](http://www.wipo.int/academy/ru/news/2022/news_0010.html).

Национального ведомства интеллектуальной собственности министерства торговли, промышленности и поощрения инвестиций. В ходе Национальной выставки научных достижений школьников и студентов в марте 2022 г. аналогичные практикумы были организованы для преподавателей из различных мухафаз, которые осуществляют руководство научной и инновационной деятельностью учащихся.

[Конец доклада]

## ПОЗИЦИЯ И ИНФОРМИРОВАННОСТЬ ФИЛИППИНСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ: ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ МЕТОДИЧЕСКОГО ПОСОБИЯ ВОИС ПО ПРОВЕДЕНИЮ ОПРОСОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

*Доклад подготовил г-н Нельсон П. Лалусес, заместитель генерального директора, сектор административной поддержки, регистрации и разрешения споров, Ведомство интеллектуальной собственности Филиппин (IPOPHL), Тагиг, Филиппины\**

### АННОТАЦИЯ

Филиппины стали первой страной, где на пилотной основе было применено Методическое пособие ВОИС по проведению опросов потребителей с целью выяснить базовый уровень информированности об интеллектуальной собственности (ИС) на Филиппинах, а также общие представления о последствиях использования контрафактных товаров. Кроме того, в рамках опроса ставилась цель оценить последствия информационно-просветительских кампаний в сфере ИС, реализуемых Ведомством интеллектуальной собственности Филиппин (IPOPHL).

Настоящий документ содержит резюме результатов опросов и рассказывает о проблемах, которые возникли в ходе реализации данного проекта.

### I. ВВЕДЕНИЕ

1. Помимо обследования читательской аудитории, проведенного Национальным советом по развитию книжного дела в 2012 г., на Филиппинах отсутствовали примеры механизмов, которые позволяли бы оценить степень информированности общественности о вопросах интеллектуальной собственности (ИС). Поэтому Ведомство интеллектуальной собственности Филиппин (IPOPHL) было признательно за предоставленную Филиппинам возможность стать пилотной страной для опробования Методического пособия ВОИС по проведению опросов потребителей<sup>1</sup> с целью выяснить базовый уровень информированности об интеллектуальной собственности (ИС) на Филиппинах, а также общие представления о последствиях использования контрафактных товаров. В рамках опроса также ставилась цель оценить последствия информационно-просветительских кампаний в сфере ИС, реализуемых IPOPHL.

2. При проведении опроса IPOPHL использовало типовые анкеты по цифровым продуктам и потребительским товарам, которые были предоставлены двум разным группам респондентов.

3. ВОИС обеспечивало финансирование данного проекта с использованием средств целевого фонда, предоставленных министерством культуры, спорта и туризма Республики Корея; IPOPHL было разрешено включить в анкеты дополнительные вопросы, касающиеся общих аспектов ИС. Все дополнительные расходы покрывались IPOPHL.

---

\* В настоящем документе отражена точка зрения автора, которая может не совпадать с мнениями Секретариата ВОИС или государств – членов Организации.

<sup>1</sup> См. <https://www.wipo.int/publications/ru/details.jsp?id=4240>.



## II. ИСПОЛЬЗОВАННАЯ МЕТОДОЛОГИЯ

4. Отбор респондентов производился методом случайной выборки в рамках подомового обхода с использованием многоступенчатого процесса, с тем чтобы обеспечить хорошую представленность целевой аудитории. Это означало, что во всех охваченных опросом местных общинах было отобрано каждое шестое домохозяйство; процесс отбора продолжался вплоть до достижения желаемого размера выборки для данного района. Во всех отобранных домохозяйствах фиксировались личные данные каждого члена, а выбор респондентов основывался на методе «последнего дня рождения»<sup>2</sup>. Продолжительность каждого собеседования составляла в среднем 50 минут.

## III. ХАРАКТЕРИСТИКИ РЕСПОНДЕНТОВ

5. В ходе опроса использовались две группы респондентов с идентичными демографическими характеристиками, отбор которых производился в одних и тех же местных общинах с целью минимизировать различия в том, что касается прочих аспектов. Общий размер выборки составил 2000 человек (по 1000 человек на каждую группу); среди прочих факторов при отборе использовались связанные между собой региональные квоты, учитывающие общие демографические характеристики каждого региона и субрегиона, а также распределение респондентов по половой принадлежности и возрастным группам.

6. В число респондентов входили как безработные, так и имеющие работу мужчины и женщины в возрасте от 18 до 65 лет, представляющие домохозяйства всех социально-экономических категорий (ABCDE) как в сельских, так и в городских районах. Следует отметить, что для целей опроса, касающегося потребительских товаров, потребовалось идентифицировать в каждом домохозяйстве основное лицо, ответственное за покупки, или обычно сопровождающее его лицо.

7. В опросе приняло участие равное количество мужчин и женщин, большинство из которых (53 процента) проживает в сельских районах. Самая большая доля респондентов проживала на острове Минданао (23 процента), тогда как на национальный столичный регион (Манила с пригородами) приходилось лишь 14 процентов респондентов. Что касается категорий домохозяйств, то большинство из них относилось к категории D<sup>3</sup>; число респондентов, работающих в течение полного рабочего дня, составило 41 процент. Возраст большинства респондентов составлял от 20 до 39 лет.

## IV. ПРОБЛЕМЫ И ТРУДНОСТИ, ВОЗНИКШИЕ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ОПРОСА

8. В самом начале возникли задержки с подписанием меморандума о взаимопонимании с ВОИС, поскольку проект меморандума должен был быть рассмотрен министерством иностранных дел Филиппин. Кроме того, Ведомство интеллектуальной собственности Филиппин (IPOPHL) не могло приступить к реализации проекта до того, как документы, которые планировалось использовать в ходе опроса, будут представлены Статистическому ведомству Филиппин (PSA), поскольку в соответствии с положениями Республиканского закона № 10625 (Закона Филиппин о статистике 2013 г.)

---

<sup>2</sup> С целью соблюсти принцип случайности выборки в качестве респондентов для собеседования выбирались лица, дни рождения которых приходились на самую позднюю дату перед проведением опроса.

<sup>3</sup> Были использованы следующие экономические категории по уровню доходов: АВ – высокий уровень, С1 – уровень выше среднего, С2 – уровень ниже среднего, D1 – уровень выше низкого, D2 – низкий уровень, D3 – ниже уровня бедности, E1 и E2 – ниже прожиточного минимума (крайне низкий уровень).



правительственные ведомства, проводящие общенациональные опросы, должны получить предварительное разрешение PSA. Такое разрешение включает в себя утверждение инструментов, вопросов и методологии опроса.

9. По причине того, что данный опрос являлся первым общенациональным опросом, проводившимся IPOPHL, имели место определенные задержки в процессе закупок, поскольку поставщики, принимавшие участие в тендере, оказались не в состоянии выполнить установленные требования. В результате этого IPOPHL пришлось объявить новый тендер из-за неспособности поставщиков выполнить условия предыдущего.

10. Опрос проводился в 2021 г., когда в стране был объявлен локдаун в связи с пандемией COVID-19. Поэтому интервьюеры на местах оказались не в состоянии получить доступ в некоторые районы из-за ограничений, связанных с локдауном. Кроме того, в период проведения выездных собеседований карантинные ограничения были неожиданно усилены, в результате чего поездки между регионами были на некоторое время запрещены, что, в свою очередь, повлекло за собой задержку в реализации проекта. Определенные сложности возникли и при переводе вопросов анкеты на некоторые местные диалекты для респондентов из разных провинций, поскольку в этих диалектах отсутствуют прямые аналоги ряда терминов, связанных с ИС.

11. Поскольку опрос проводился в период пандемии, в рамках обследования, касающегося потребительских товаров, респонденты в большинстве случаев указывали продукты питания, относящиеся к категории жизненно необходимых. Кроме того, из-за закрытия компаний, а также по причине того, что часть жителей страны не имела возможности работать в ходе пандемии, возникли трудности финансового характера, которые также повлияли на способность некоторых респондентов покупать продукты питания.

## **V. РЕЗУЛЬТАТЫ**

### **A. ЦИФРОВЫЕ ПРОДУКТЫ**

12. Результаты опроса показали, что большинство респондентов ежедневно проводит в интернете более четырех часов; прежде всего это касалось молодежи и жителей городских районов. Наиболее распространенными занятиями при пользовании интернетом были посещение веб-сайтов и прослушивание музыкальных произведений.

13. Хотя большинству респондентов было известно о том, как получить доступ к аутентичным цифровым копиям фильмов, музыкальных произведений, видеоигр и т.д., они также знали и о том, как найти их незаконно распространяемые бесплатные аналоги в интернете или же получить их у друзей или членов семьи, причем значительная часть респондентов признала, что прибегает к подобной практике. Основными причинами, которые побуждали людей пользоваться незаконно распространяемым цифровым контентом, были его низкая цена и удобство доступа. Большинство респондентов, заявивших, что они знают о противоправных способах получения доступа к фильмам и музыке и пользуются ими (речь, в частности, идет о таких действиях, как бесплатное скачивание контента из интернета, незаконное копирование с портала YouTube, обмен файлами с друзьями и приобретение незаконно распространяемых копий), принадлежало к социально-экономическим категориям А, В и С и относилось к молодому поколению. Что касается книг, то наиболее популярными видами практики было приобретение подержанных экземпляров или передача во временное пользование. Уровень осведомленности о незаконных способах получения доступа к электронным книгам был самым высоким среди молодежи.

14. Было установлено, что большинство потребителей незаконно распространяемого контента беспокоится по поводу возможного наказания в том случае, если об их действиях станет известно. Кроме того, высказывались опасения по поводу возможных проблем с их компьютерами. Признавая наличие широкого выбора аутентичных продуктов, некоторые респонденты все же пытались найти оправдание своим действиям в случае с телепрограммами, музыкальными произведениями, видеоиграми и книгами.

15. Если говорить о факторах, конкретно относящихся к данному сектору, то в качестве причины, побуждающей людей приобретать аутентичную продукцию, указывалось желание поддержать тех, кто создает соответствующие произведения. Тем не менее есть и те, кто считает, что кинематографические и телевизионные компании уже и так получают слишком большие прибыли. Несмотря на это, большинству респондентов было известно о том, что приобретение незаконно распространяемого контента негативно сказывается на отрасли. Респонденты указали, что искоренению пиратства могло бы способствовать наличие более дешевых и удобных способов получения доступа к аутентичному контенту. В числе дополнительных факторов, которые могли бы помочь пользователям отличить аутентичный контент от пиратского, были названы государственная сертификация подлинности контента, официальная символика, подтверждающая его аутентичность, репутация соответствующих веб-сайтов и разъяснительная работа среди потребителей. Цена предлагаемого продукта, внешний вид веб-сайта, на котором он предлагается, и наличие отзывов также позволяют респондентам делать более обоснованные выводы в отношении его аутентичности.

## В. ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ТОВАРЫ

16. Среди товаров, о контрафактном происхождении которых респондентам было известно<sup>4</sup>, ответы касались главным образом предметов одежды и развлекательной продукции (цифровых видеодисков и музыкальных компакт-дисков). Следует отметить, что уровень информированности о контрафактной продукции был более низким среди жителей Минданао, где проживало большинство респондентов.

17. Ответы показали, что наиболее популярной разновидностью контрафактной продукции являются предметы одежды (их покупает более половины респондентов), за которыми следуют цифровые видеодиски. Было установлено, что контрафактные предметы одежды, а также зарядные устройства и аксессуары для мобильных устройств приобретают представители всех возрастных групп и категорий домохозяйств, а контрафактные цифровые видеодиски и компакт-диски чаще покупают лица в возрасте от 40 до 49 лет. Если говорить о географических различиях, то жители городских районов чаще всего приобретают контрафактные аксессуары для мобильных устройств. Вне зависимости от категории соответствующих товаров большая часть контрафактной продукции предлагается либо на рынках, либо на улицах.

18. В большинстве случаев респонденты, покупающие контрафактную продукцию, знали об этом, а некоторые из тех, кому об этом не было известно, указали, что, даже если бы они знали о том, что приобретают подделку, это их не остановило бы. Во многих случаях респонденты покупают контрафактную продукцию по той причине, что не могут позволить себе аутентичный товар. Половина респондентов также считает, что

---

<sup>4</sup> Для целей опроса под «контрафактными товарами» понимались «товары, в том числе упаковка, на которые без разрешения нанесено изображение товарного знака, должным образом зарегистрированного в отношении таких товаров, или же изображение, которое в своих основных аспектах является неотличимым от такого товарного знака».

аутентичная продукция стоит слишком дорого, что побуждает их к приобретению контрафакта вместо настоящих брендовых товаров.

### **С. ВЫВОДЫ**

19. Одна из главных проблем, выявленных в ходе опроса, состоит в том, что широкое распространение и обсуждение информации по ИС на Филиппинах по-прежнему не обеспечиваются. Требуется не просто разъяснять людям те выгоды, которые получение охраны их ИС может принести им самим, но и рассказывать о преимуществах ИС для страны и для населения в целом, а также о том, почему нужно ее уважать. Кроме того, необходимо разработать более интенсивную и широкомасштабную кампанию, которая информировала бы общественность о рисках, связанных с приобретением и использованием контрафактной и пиратской продукции. В рамках такой кампании владельцы брендов могли бы использовать слоганы в поддержку ИС или же включать в свои рекламные материалы предупреждения для потребителей с призывом не покупать поддельные товары.

20. Ужесточение правоприменительных мер и более высокие штрафы для тех, кто занимается сбытом контрафактной и пиратской продукции, будут останавливать и удерживать людей от участия в этих видах деятельности. Правительству следует разрабатывать, принимать и осуществлять политику, направленную на борьбу с контрафакцией и пиратством, в рамках своих ведомств.

### **VI. ПРИОБРЕТЕННЫЙ ОПЫТ И БУДУЩИЕ ПЕРСПЕКТИВЫ**

21. Некоторые аспекты полученного практического опыта могут оказаться полезными для других стран, желающих воспользоваться Методическим пособием ВОИС по проведению опросов потребителей.

22. Если говорить о практической стороне проведения опроса, то в том случае, если национальное ведомство ИС не располагает профессиональными или кадровыми возможностями для организации широкомасштабного опроса, лучше поручить выполнение соответствующих функций стороннему поставщику услуг. Для того, чтобы избежать возможных недоразумений, ведомству ИС надлежит изучить вопрос о наличии тех или иных требований или законов, которым необходимо следовать при проведении общенационального опроса, а также проанализировать возможные риски и проблемы, с тем чтобы их можно было устранить заблаговременно.

23. Кроме того, до начала проведения опроса ведомству ИС следует составить список терминов и определений, касающихся ИС, и перевести их на все соответствующие диалекты, поскольку эти термины могут быть неизвестны широкой общественности. При возможности ведомству ИС следует также обеспечить заблаговременный перевод вопросов анкеты на все необходимые языки и диалекты.

24. Что касается будущих перспектив, то в настоящее время IPOPHL, опираясь на опыт, накопленный в ходе проведения опроса, занимается разработкой информационно-просветительской кампании, целью которой станет уменьшение спроса на продукцию, нарушающую права ИС.

[Конец доклада]

## ТЕКУЩИЕ ИНФОРМАЦИОННО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКИЕ МЕРОПРИЯТИЯ В ОБЛАСТИ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ В ТАИЛАНДЕ

*Доклад подготовил г-н Порше Джарумон, старший сотрудник по вопросам торговли, Департамент интеллектуальной собственности (ДИС), Министерство торговли, Нонтхабури, Таиланд\**

### АННОТАЦИЯ

В наши дни интеллектуальная собственность (ИС) рассматривается прежде всего через призму экономического роста. ИС приобретает очень важное значение для компаний, побуждая их предпринимать более активные усилия по управлению принадлежащими им правами ИС, рассматривая их как одну из главных предпосылок сохранения своих конкурентных преимуществ. ДИС отдает себе отчет в том, что большинство малых и средних предприятий Таиланда пока еще не включили стратегии в области ИС в свои бизнес-планы. В течение прошедшего года ДИС занимался реализацией стратегии, основанной на принципе обратного маркетинга, которая предполагает ведение упреждающей работы с компаниями и предоставление им нужной информации. Цель такой работы – расширение их информированности о том, как они могут извлекать выгоду из ИС; она включает в себя реализацию кампаний, ориентированных на молодых предпринимателей, выпуск коротких «вирусных» видеороликов, телевизионный канал ДИС и сотрудничество с лидерами мнений. Кроме того, в школах, университетах и других учебных заведениях организуются образовательные мероприятия в сфере ИС.

### I. ИСТОРИЯ ВОПРОСА

#### A. СТРАТЕГИЯ «ТАИЛАНД 4.0»

1. Главными движущими силами экономики Таиланда являются экспорт и туризм. на товары и услуги, связанные с инновациями и применением передовых технологий, приходится лишь очень небольшая доля общего объема экспорта, а основная их часть производится благодаря иностранным инвестициям и зарубежным технологиям. К сожалению, Таиланд по-прежнему находится в «ловушке среднего дохода», т.е. в ситуации, когда основным двигателем экономики являются отрасли с низким уровнем добавленной стоимости.

2. Для того, чтобы вырваться из «ловушки среднего дохода» и стать страной с высокими доходами, у Таиланда должны быть свои собственные инновационные и передовые технологии. эта задача также соответствует объявленной правительством страны стратегии «Таиланд 4.0»; предусмотренная этой стратегией модель развития призвана избавить Таиланд от тех экономических проблем, которые стали результатом упора на сельское хозяйство («Таиланд 1.0»), легкую промышленность («Таиланд 2.0») и современные отрасли промышленности («Таиланд 3.0»). в рамках данной стратегии все соответствующие ведомства, включая и ДИС, стремятся поощрять раскрытие творческого и инновационного потенциала жителей Таиланда, обеспечивая охрану принадлежащих им прав интеллектуальной собственности (ИС) в целях повышения

---

\* В настоящем документе отражена точка зрения автора, которая может не совпадать с мнениями Секретариата ВОИС или государств – членов Организации.

конкурентоспособности тайландских компаний как на внутреннем рынке, так и за рубежом.

## **V. НОВЫЕ ПОДХОДЫ ДИС**

3. В своей деятельности ДИС руководствуется интересами народа Таиланда и занимается выполнением четырех главных задач: стимулирование создания объектов ИС, коммерциализация ИС, а также охрана и защита прав ИС. В прошлом ДИС сосредоточивал свои усилия главным образом на охране и защите прав ИС. Однако в течение последних нескольких лет ДИС пересмотрел вопрос о приоритетности своих задач, сделав более явный упор на создание и коммерциализацию объектов ИС, поскольку они имеют ключевое значение для формирования прочного фундамента, который обеспечит устойчивый будущий рост и процветание экономики Таиланда.

## **II. ПОСЛЕДНИЕ СОБЫТИЯ**

4. ДИС принимает меры в целях расширения информированности населения Таиланда об ИС, уделяя первоочередное внимание научным работникам, авторам и предпринимателям; в данной связи он реализует различные мероприятия и использует многообразные каналы, о которых рассказывается ниже.

### **A. УЧРЕЖДЕНИЕ КОНСУЛЬТАЦИОННОГО ЦЕНТРА ПО ВОПРОСАМ ИС (IPAC)**

5. В 2021 г. ДИС учредил Консультационный центр по вопросам ИС (IPAC), который работает по принципу «одного окна», обеспечивая предоставление заинтересованным лицам консультаций и распространение знаний по всем аспектам ИС при помощи как оффлайновых, так и онлайн-каналов, включая такие социальные сети, как Facebook, Instagram, Twitter и LINE. Ежемесячно IPAC предоставляет свыше 800 консультаций по вопросам, связанным с ИС; более 70 процентов таких консультаций касаются товарных знаков и патентов. ДИС рассчитывает на то, что, когда люди достигнут достаточного уровня понимания проблематики ИС, они смогут создавать ценные объекты ИС, которые можно будет коммерциализировать, превращая их в источники доходов как для их создателей, так и для всей страны.

### **B. СОЗДАНИЕ СЕТИ ЦЕНТРОВ ПОДДЕРЖКИ ИННОВАЦИЙ И ТЕХНОЛОГИЙ (ЦПТИ)**

6. Тринадцатого августа 2021 г. ДИС подписал меморандум о взаимопонимании с 10 высшими учебными заведениями, расположенными в различных регионах страны, в целях создания сети центров поддержки инноваций и технологий (ЦПТИ). С того времени в сотрудничестве с участниками этой сети ДИС реализует различные мероприятия по наращиванию потенциала в таких областях, как общие знания об ИС, управление ИС и патентный поиск, с использованием как бесплатных, так и коммерческих баз патентных данных. Мы надеемся на то, что каждый ЦПТИ сможет заниматься предоставлением консультаций по проблемам ИС на том же уровне, что и IPAC, и превратится в точку притяжения для исследователей и предпринимателей, работающих в районе его расположения, в том, что касается вопросов ИС.



### C. ОРГАНИЗАЦИЯ РЕАЛИТИ-ШОУ «МАСТЕРСТВО ПРЕЗЕНТАЦИИ»

7. Признавая тот факт, что широкой общественности часто бывает непросто разобраться в нюансах ИС, ДИС создал реалити-шоу под названием «Мастерство презентации», целью которого является использование этого популярного жанра для того, чтобы расширять информированность населения об ИС. По сценарию этого шоу, 20 участников из числа предпринимателей, работающих в различных отраслях экономики, готовят презентации своих проектов, после чего их разделяют на четыре команды, лидерами которых становятся известные в Таиланде люди. На протяжении всех шести серий шоу знаменитости простым языком рассказывают зрителям о важных аспектах ИС, что позволяет эффективно удерживать внимание аудитории. Кроме того, в целях популяризации шоу ДИС использует такие платформы, как Youtube и Facebook; благодаря этим усилиям количество просмотров эпизодов шоу в течение первого сезона превысило два миллиона.

### D. СЕМИНАРЫ В РЕЖИМАХ ОФФЛАЙН И ОНЛАЙН

8. ДИС, как и прежде, выступает в роли организатора и соорганизатора семинаров как в оффлайн-, так и в онлайн-среде. Такие семинары охватывают широкий диапазон тем, связанных с ИС (от базовой информации по ИС до составления патентных заявок), и ориентируются на различные целевые аудитории, включая, в частности, студентов университетов, предпринимателей, сотрудников научно-исследовательских учреждений и т.д.

### E. МОДЕРНИЗАЦИЯ ПЛАТФОРМЫ IP MART

9. Осознавая важность коммерциализации ИС, ДИС усовершенствовал пользовательский интерфейс (UX/UI) существующей платформы IP MART, с тем чтобы сделать его более удобным для пользования. Платформа IP MART служит в качестве площадки, на которой создатели объектов ИС могут демонстрировать результаты своей работы, создавая возможности для контактов с заинтересованными потенциальными покупателями. Кроме того, ДИС занимается популяризацией платформы IP MART среди потенциально заинтересованных организаций, таких как образовательные и научно-исследовательские учреждения (продавцы объектов ИС), с одной стороны, и Федерация отраслей промышленности Таиланда и Торговая палата Таиланда (покупатели объектов ИС), с другой.

## III. НАПРАВЛЕНИЯ БУДУЩЕЙ РАБОТЫ

10. ДИС будет и впредь заниматься реализацией различных мероприятий по расширению информированности широкой общественности об ИС, поскольку он считает, что более глубокое понимание населением вопросов ИС имеет важное значение для формирования прочного фундамента устойчивой экосистемы ИС, что, в свою очередь, позволит разрабатывать отечественные инновационные и передовые технологии в соответствии с ожидаемыми результатами Стратегии «Таиланд 4.0».

[Конец документа]