

Консультативный комитет по защите прав

Десятая сессия

Женева, 23 – 25 ноября 2015 г.

ИНИЦИАТИВА БЮРО ИНТЕРАКТИВНОЙ РЕКЛАМЫ (БИР) ПОЛЬШИ В ОТНОШЕНИИ
НЕНАДЛЕЖАЩЕГО РАЗМЕЩЕНИЯ РЕКЛАМЫ ДЛЯ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ
НАРУШЕНИЯ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ (ПИС)

*подготовлен Президентом и Генеральным директором БИР Польши, членом Совета БИР Европы, членом Совета Комитета по рекламе Польши г-ном Влодзимежем Шмидтом**

РЕЗЮМЕ

Проблема нарушения ПИС сайтами, которые получают прибыль от рекламы, является крайне важной, так как она влечет за собой значительные не только этические и социальные, но и финансовые последствия. «Сознательная реклама. Инициатива за добросовестную рекламу» – это акция БИР Польши¹, представляющая собой первую инициативу страны и одну из первых инициатив в Европейском союзе (ЕС) в рамках кампании «Следите за деньгами». Целью инициативы является содействие размещению рекламы на сайтах с законным контентом, уважающих авторское право. Как показывает опыт, ключом к разработке успешных инициатив для борьбы с ненадлежащим размещением рекламы служат принципы добровольности, гибкости и привлечения возможно более широкого круга участников.

* Настоящий документ отражает исключительно мнения его авторов, а не Секретариата или какого-либо государства-члена ВОИС.

¹ БИР Польши представляет собой информационно-сетевую платформу для интерактивной рекламы и цифрового маркетинга в Польше. Его главной задачей является создание и развитие цифрового интерактивного рынка путем информирования, обучения, защиты и регулирования участников, проведения исследований и организации различных инициатив и мероприятий в области сетевой деятельности. БИР Польши считается лидером среди цифровых организаций в регионе ЦВЕ, формирующей прочные организационные основы для различных областей интерактивной рекламы. Мы занимаемся внутренними публичными вопросами, лоббированием, образованием, регулированием и вспомогательной деятельностью, став голосом отрасли для участников рынка и интерактивного сообщества.

1. Проблема нарушения ПИС сайтами, которые получают прибыль от рекламы, является крайне важной, так как она влечет за собой значительные не только этические и социальные, но и финансовые последствия. Сервисы, открывающие незаконный доступ к контенту, ведут к изменениям во всей интернет-экосистеме и цепочке создания стоимости. В кратко- и долгосрочной перспективе потери несут все: правообладатели, рекламодатели, агентства, рекламные трейдеры (ATDs), рекламные платформы на стороне спроса (DSPs), рекламные сети, компании, продающие рекламное время, рекламные биржи и рекламные платформы на стороне предложения (SSPs).
2. Согласно отчету PwC «Анализ последствий пиратского использования видеоконтента для экономики Польши», в 2013 г. экономика Польши недополучила в свой ВВП 500-700 млн польских злотых, а прямые потери казначейства составили 170-250 млн польских злотых. Как указывается в докладе «Будущее онлайн-видео в Польше», опубликованном БИР Польши в конце 2013 г., доходы от рекламы на сайтах, нарушающих ПИС, превышают 50 млн польских злотых, что соответствует почти 2,5% всех расходов на интерактивную рекламу.
3. Безусловно, цифровая реклама играет важную роль в финансировании цифрового контента, услуг и приложений, делая их легкодоступными за невысокую плату или бесплатно, а также способствуя росту в цифровом секторе.
4. В 2014 г. доходы европейской интернет-экономики от цифровой рекламы составили приблизительно 30,7 млрд евро (рост +11,6%), и цифровая реклама обеспечивает постоянный приток все больших средств в цифровую экономику. В 2006 г. стоимость рынка ЕС достигла 6,6 млрд евро против 27,3 млрд евро в 2013 г. Таким образом, расходы выросли на 20,7 млрд евро, что означает, что совокупные годовые темпы роста составляют 22,5% или в среднем 3,0 млрд евро в год.
5. При темпах роста в 11,9% в 2013 г., в сравнении с общими темпами роста ВВП ЕС, составившими только 0,1%, показатели сектора цифровой рекламы по-прежнему превосходят показатели экономики ЕС в целом.
6. Вебсайты, предоставляющие незаконный доступ к контенту, имеют определенные конкурентные преимущества перед всеми каналами законного распространения контента: они не оплачивают лицензионных сборов и предлагают бесплатный или значительно более дешевый доступ к контенту одновременно с его появлением в законных источниках или даже раньше. В то же время такие сервисы приносят прибыль их владельцам за счет рекламы или моделей платного контента.
7. Согласно отчету PwC, до 7,5 млн поляков пользуются видео-сервисами, которые нарушают ПИС. Среди них от 29% до 49% пользователей, по крайней мере, один раз платили за доступ к контенту.
8. Как показывают данные, собранные БИР Европы, инициативы в отношении ненадлежащего размещения рекламы основаны на Руководстве по обеспечению качества (QAG) Соединенных Штатов 2010 г. В Соединенных Штатах в феврале 2015 г. была объявлена вторая инициатива – «Базовые критерии обеспечения эффективной цифровой рекламы».
10. В Европе инициативы в отношении ненадлежащего размещения рекламы к настоящему времени были приняты в девяти странах: Австрии, Дании, Франции, Нидерландах, Польше, Словакии, Испании и Соединенном Королевстве. Одной из первых была инициатива Польши «Сознательная реклама. Инициатива за

добросовестную рекламу». Данная инициатива, объявленная в июне 2014 г. с целью оказать содействие компаниям, входящим в «белый список», а также обеспечить прозрачность мер, которые компании принимают в борьбе с ненадлежащим размещением рекламы на сайтах, нарушающих авторские права, уже собрала 15 подписантов.

11. БИР Польши приняло ряд инициатив, касающихся охраны интеллектуальной собственности. Повышение информированности общества о значении авторского права и другой интеллектуальной собственности является крайне важной задачей. БИР Польши считает необходимым продолжить образовательные кампании в области авторского права и других ПИС как для пользователей Интернета, так и операторов рекламной экосистемы. Таким образом, параллельно с инициативой «Сознательная реклама. Инициатива за добросовестную рекламу» БИР Польши реализует еще одну инициативу «Смотрите законный контент».

12. Целью акции «Смотрите законный контент» является содействие законному распространению видеоконтента и оказание помощи пользователям Интернета в определении безопасных и лицензированных сервисов, предоставляющих видеоконтент. Сервисы, распространяющие такой контент, подают заявку на получение знака качества, выдаваемого БИР Польши совместно с инициаторами акции «Смотрите законный контент». На специально созданном веб-сайте <http://ogladaj-legalne.pl/> приводится информация о данной инициативе, а также ведется перечень сайтов и организаций, участвующих в акции. Он служит источником информации о легальном распространении видеоконтента в Польше через Интернет начиная с 2012 г.

13. «Сознательная реклама. Инициатива за добросовестную рекламу» - это акция, которую БИР Польши, как было упомянуто выше, проводит с июня 2014 г. Это первая инициатива в стране и одна из первых инициатив в ЕС в рамках кампании «Следите за деньгами». Цель инициативы – содействовать размещению рекламы на сайтах с законным контентом, уважающих авторское право. БИР Польши стремится повышать информированность участников рынка о том, что размещение рекламы на сайтах, уважающих такое законодательство, важно как для брендинга, так и для рекламируемой продукции.

14. Инициатива рассчитана, главным образом, на рекламодателей и владельцев брендов. Помимо повышения информированности, данная инициатива служит призывом требовать от деловых партнеров (т.е. медийных организаций, агентств, рекламных сетей), чтобы реклама соответствующих брендов размещалась только на сайтах, которые не нарушают ПИС. В рамках инициативы также предлагаются рекомендации и приводятся примеры в отношении того, какие положения должны вводиться в договора с участниками отрасли для указания того, что рекламодатели хотят, чтобы их реклама размещалась только на сайтах, не нарушающих ПИС.

15. В частности, в рамках инициативы используются следующие методы:

- рекомендации рекламодателям и агентствам четко указывать в заключаемых договорах, что реклама не должна размещаться на сайтах, нарушающих ПИС;
- рекомендации использовать инструменты борьбы с ненадлежащим размещением рекламы, такие как «белые списки»;
- рекомендации обмениваться данными об адресах URL сайтов, нарушающих ПИС, а также о контрмерах для преодоления блокировки сайтов.

16. Инициатива пользуется поддержкой Министерства культуры и национального наследия и Министерства администрации и цифровых технологий. В начале 2015 г.

инициатива также получила признание PISF (Национального института кинематографии), и были предоставлены средства на ее осуществление. В период с апреля по июль этого года была проведена информационная кампания по данной инициативе, включавшая распространение брошюр, проведение конференции, публикацию серии статей и размещение рекламного видеоролика (<https://youtu.be/lp9y7C-i46s>).

17. Инициатива является результатом плодотворного сотрудничества между правообладателями и участниками рекламной отрасли и, как таковая, в настоящее время служит успешным решением для участвующих сторон. БИР Польши считает, что такие инициативы следует поощрять во всех государствах-членах ЕС.

18. Опыт БИР Польши показал, что ключом к разработке успешных инициатив для борьбы с ненадлежащим размещением рекламы служат принципы добровольности, гибкости и привлечения возможно более широкого круга участников. В настоящее время экосистема цифровой рекламы переживает период очень быстрой эволюции, которая происходит параллельно с развитием технологии. Для того чтобы обеспечить дальнейшее процветание и инновации в секторе, любые механизмы борьбы с ненадлежащим размещением рекламы должны включать в себя принципы гибкости и добровольности. Авторами инноваций в экосистеме цифровой рекламы являются самые разные участвующие стороны, и им необходимо предоставить возможность высказывать свое мнение и заявлять о том, что их беспокоит.

19. Инициатива служит призывом к участвующим в ней сторонам принимать соответствующие меры для борьбы с ненадлежащим размещением рекламы на сайтах, нарушающих ПИС. Однако, поскольку она находится еще на ранних этапах, для того чтобы полностью раскрыть ее потенциал, требуется большее число подписантов. Таким образом, в будущем основной упор будет сделан на рекламодателях и владельцах брендов для повышения их информированности, так как они могут стать основной движущей силой для ограничения ненадлежащего размещения рекламы.

20. Важно понимать, что, несмотря на то что можно существенно уменьшить ненадлежащее размещение рекламы на сайтах, нарушающих ПИС, ее невозможно полностью искоренить. Необходимо понимать ограниченные возможности рекламной экосистемы: ежедневно в режиме онлайн размещаются миллиарды рекламных объявлений, и особенно с развитием технологий и появлением таких бизнес-моделей, как автоматизированное размещение заказов на рекламу, участники не всегда могут быть заранее четко информированы о том, на каких веб-сайтах будет размещена их реклама.

[Конец документа]