

Консультативный комитет по защите прав

Десятая сессия
Женева, 23 – 25 ноября 2015 г.

ЗАЩИТА ПРАВ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ: ОПЫТ ИСПАНСКОГО ВЕДОМСТВА ПО ПАТЕНТАМ И ТОВАРНЫМ ЗНАКАМ (ОЕРМ)

*Документ подготовлен Кристиной Фернандес Ордес, Директор, Департамент по вопросам правовой координации и международных отношений, ОЕРМ, Министерство промышленности, энергетики и туризма, Мадрид**

РЕЗЮМЕ

Испанское ведомство по патентам и товарным знакам (ОЕРМ) поощряет и поддерживает развитие экономики и техники, предоставляя правовую защиту различным видам промышленной собственности. Одна из главных задач заключается в распространении информации о важности нематериальных активов для предпринимательской среды в Испании и об отрицательных последствиях выпуска контрафактной продукции. За последние несколько лет это ведомство предприняло значительные усилия по распространению информации по этим вопросам путем подготовки исследований и проведения специальных информационных дней и кампаний. Самая последняя такая кампания проводилась под лозунгом «Не содействуйте обороту контрафактной продукции». В ходе этой кампании были показаны отрицательные последствия выпуска контрафактной продукции, а потребителей призвали к ответственному поведению, которое является одним из главных средств искоренения контрафактной продукции. Для этой кампании были подготовлены плакаты с важным текстом и видеоролик с рассказом одного нелегала, проживавшего в Испании и занимавшегося «*top-manta*» (то есть занимался продажей контрафактной продукции на улице, обычно разложив товар на подстилке прямо на тротуаре).

* Мнения, выраженные в настоящем документе, являются мнениями автора и не обязательно совпадают с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

I. ВВЕДЕНИЕ

1. ОЕРМ является самостоятельной организацией, входящей в структуру Министерства промышленности, энергетики и туризма, которая поощряет и поддерживает развитие экономики и техники, предоставляя правовую защиту различным видам промышленной собственности с помощью патентов, полезных моделей, промышленных образцов, товарных знаков и фирменных наименований.
2. ОЕРМ представляет также Испанию на международных совещаниях по вопросам промышленной собственности и в организациях, занимающихся этими вопросами.
3. Кроме того, ОЕРМ распространяет информацию о различных формах охраны промышленной собственности. Одна из главных задач заключается в распространении информации о важности нематериальных активов для предпринимательской среды в Испании и об отрицательных последствиях выпуска контрафактной продукции для общества.
4. Поэтому в стратегии на 2012-2014 гг., принятой ОЕРМ, излагается такой стратегический подход, который направлен на поощрение соблюдения прав промышленной собственности. Этот подход был успешным в 93% случаев и включал такие виды деятельности, как обучение и координацию работы полицейских и таможенных сотрудников, обучение и координацию работы сотрудников судебных органов, предоставление информации и инструкций предприятиям, у которых были нарушены права промышленной собственности, организация курсов начальной подготовки потребителей по вопросам использования контрафактной продукции, публикация статей о правах промышленной собственности и т.д.¹ Этот стратегический подход не был лишь одноразовой инициативой, поскольку соблюдение прав ИС является одним из главных элементов стратегии ОЕРМ.
5. Испания стала пионером в создании скоординированной организационной системы борьбы с контрафактной продукцией как на национальном уровне, так и на уровне Европейского союза (ЕС).
6. Что касается национального уровня, то с учетом роста выпуска контрафактной продукции в 2000 г. была создана межведомственная комиссия для борьбы с нарушениями прав интеллектуальной собственности. Генеральный директор ОЕРМ был членом этой комиссии, главная задача которой заключалась в координации деятельности министерств, участвующих в борьбе с выпуском контрафактной продукции в Испании, и в поиске соответствующих практических решений этой проблемы. Эта комиссия, которая состояла исключительно из государственных чиновников, в 2005 г. была заменена Межотраслевой комиссией по борьбе с нарушениями прав промышленной собственности (CAPRI). Поскольку продолжение и рост деятельности по производству контрафактной продукции со всей очевидностью показали важность сотрудничества между государственным и частным секторами, в состав новой Межотраслевой комиссии были включены представители самоуправляющихся общин, местных органов власти, организаций по охране промышленной собственности и Совета потребителей и пользователей.

¹ Более подробная информация о результатах этой кампании содержится на веб-сайте: http://www.oepm.es/export/sites/oepm/comun/documentos_relacionados/Noticias/2015/2015_02_10_Informe_Evaluacion_Estrategia_2012-2014.pdf

7. В 2014 г. CAPRI была реорганизована и наделена новыми функциями, направленными главным образом на установление связей с международными организациями, которые ведут борьбу с нарушениями прав промышленной собственности, и в первую очередь речь идет о Европейском пункте наблюдения за нарушениями прав интеллектуальной собственности. Поскольку надо было также активизировать деятельность CAPRI, ее методы работы были дополнены созданием рабочих групп, которые гораздо чаще предлагают свои решения. Были созданы три рабочие группы:

- Правовая группа: с задачей добиваться совершенствования существующего законодательства для более эффективной охраны прав ИС;
- Статистическая группа: с задачей собирать данные о правах промышленной собственности и проводить исследования;
- Информационная группа: с задачей продумывать кампании по распространению информации в этой области.

8. Что же касается деятельности на уровне ЕС, то предложение создать Европейский пункт наблюдения за нарушениями прав интеллектуальной собственности поступило в 2003 г., когда Испания председательствовала в Совете Европейского союза. Семь лет спустя, в 2010 г., когда Испания опять председательствовала в Совете Европейского союза, структура и полномочия Пункта наблюдения были расширены. После своего создания в 2011 г. ОЕРМ активно участвовало в деятельности пяти рабочих групп Пункта наблюдения.

9. На базе этой системы координации работы ОЕРМ предпринимало значительные усилия по распространению информации о проблеме контрафактного производства и его негативных последствиях путем подготовки исследований, проведения кампаний и организации специальных дней.

II. ИССЛЕДОВАНИЯ

10. Действуя вместе с Национальной ассоциацией по охране товарных знаков (ANDEMA), ОЕРМ провело ряд исследований для разработки полезных советов относительно организации кампаний по просвещению и распространению информации.

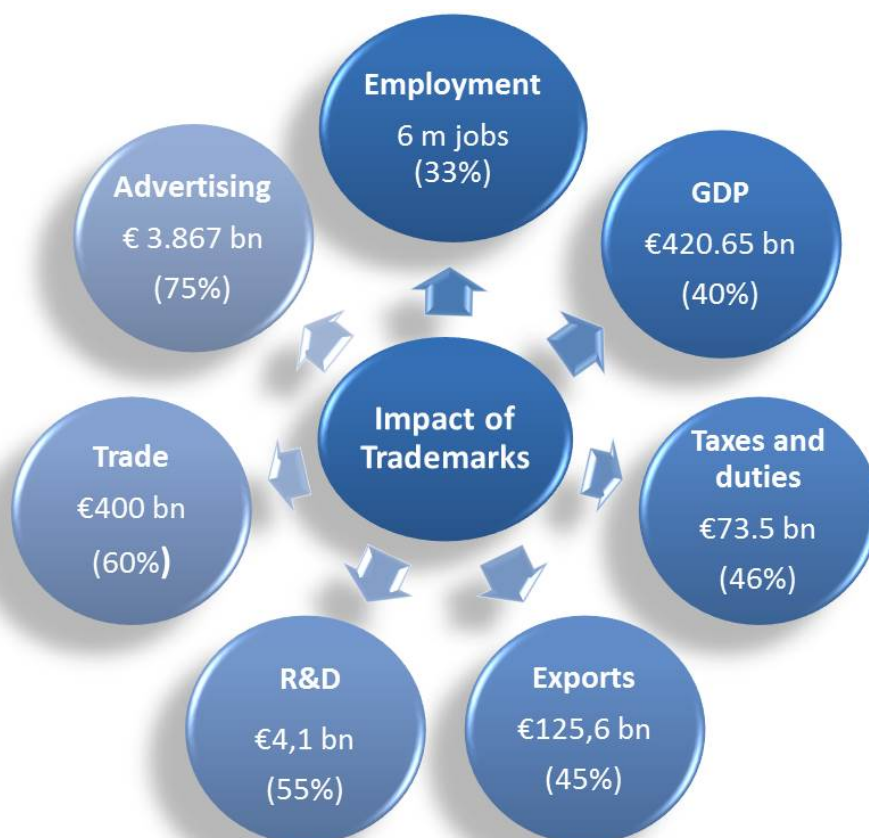
A. ВЛИЯНИЕ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ НА ЭКОНОМИКУ И ОБЩЕСТВО ИСПАНИИ

11. В 2012 г. Аликантский университет получил заказ на проведение исследования, цель которого состояла в том, чтобы определить количественные показатели вклада товарных знаков в обеспечение роста испанской экономики.

12. Были изучены следующие показатели: занятость, валовой внутренний продукт (ВВП), налоги и сборы, экспорт, научные исследования и разработки (НИОКР), торговля и реклама.

13. Основные выводы исследования заключаются в следующем:

- товарные знаки играют ключевую роль во внутренней торговле и дают оборот, превышающий 400 млрд. евро (60% всего оборота), а также во внешней торговле, повышая стоимость экспорта, обеспеченного товарными знаками, до более чем 125,6 млрд. евро (45% всего испанского экспорта);
- владельцы товарных знаков потратили на рекламу 3,867 млрд. евро (более 75% всех расходов на рекламу);
- товарные знаки играют важнейшую роль в стимулировании НИОКР: общие расходы составили около 4,1 млрд. евро (55% НИОКР), а вклад в ВВП превысил 400 млрд. евро (40% ВВП Испании);
- товарные знаки приносят 73,5 млрд. евро в виде налоговых поступлений (46% всех налоговых поступлений) и 70,5 млрд. евро в виде взносов предприятий и трудящихся в фонды социального обеспечения;
- что касается занятости, то товарные знаки создают рабочие места для более чем 6 млн. человек (33% всех рабочих мест).



В. ОТНОШЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ К КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ

14. Для организации эффективных информационных кампаний в 2013 г. Исследовательская служба Верховного совета Торговой палаты получила заказ на проведение исследования по вопросу об отношении потребителей к контрафактной продукции.

15. Это исследование показывает, что в Испании потребители, покупающие контрафактную продукцию, – это молодые люди (в возрасте от 18 до 29 лет), которые живут в крупных городах с населением более 500 000 человек, обычно сами принимают решения, касающиеся приобретения товаров для домашнего хозяйства, менее склонны придерживаться только определенных брэндов и меньше знают о пагубных последствиях производства контрафактной продукции.

16. Когда потребители приобретают контрафактную продукцию, они стремятся к повышению своего престижа, но не надеются на то, что эта продукция будет соответствовать их ожиданиям. В этом исследовании сделан вывод о том, что среда, в которой живет потребитель (действие таких факторов, как доступность контрафактной продукции, риски, связанные с приобретением контрафактной продукции, и институциональные и культурные факторы), и цена являются ведущими причинами принятия решений о той или иной покупке.

17. К числу контрафактной продукции, которую покупают чаще всего, относятся одежда, духи и косметика, кожаные изделия и аксессуары, спорттовары и спортивная одежда, обувь, наручные часы и ювелирные изделия. Их чаще всего можно встретить на рынках и на так называемых «*top-manta*» (то есть их продают на улице, обычно разложив товары на подстилке прямо на тротуаре).

18. Исследование выявило следующие данные:

- 12,4% потребителей признали, что они покупали контрафактную продукцию, и 34% потребителей были знакомы с людьми, которые покупали такую продукцию;
- как правило, люди знают об отрицательных последствиях потребления контрафактной продукции;
- каждый третий потребитель намерен продолжать приобретать контрафактную продукцию.



III. МЕРЫ И КАМПАНИИ ПО РАСПРОСТРАНЕНИЮ ИНФОРМАЦИИ

А. МИКРОСАЙТ «ОСТАНОВИТЕ ВЫПУСК

КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ»

19. ОЕПМ регулярно обновляет микросайт, на котором размещаются материалы, посвященные борьбе с нарушениями прав промышленной собственности, а также содержится следующая информация:

- новости о нарушениях прав промышленной собственности;
- статистические данные и публикации о борьбе с выпуском контрафактной продукции;
- информация о действующем законодательстве в этой области;
- часто задаваемые вопросы;
- полезные адреса;
- центр для поддержания контактов, через который широкая общественность и деловые круги могут делать запросы;
- кампании и брошюры.

The screenshot shows the OEPM website with the following elements:

- Header:** OEPM logo, "stopfalsificaciones.es", navigation links (Accesibilidad, Inicio, Mapa Web, Contacto), language dropdown (Español), and a search bar.
- Navigation:** 01 INFORMACIÓN GENERAL, 02 NOTICIAS, 03 PREGUNTAS FRECUENTES, 04 FOLLETOS, 05 DIRECCIONES Y ENLACES.
- Share Buttons:** Compartir (Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube).
- Main Banner:**

¿Está usted seguro de comprar este juguete?

Un juguete falsificado puede contener piezas de mala calidad o mal ensambladas que podrían producir accidentes en niños.

Por tus hijos.
- Destacamos (Featured):**
 - Noticias:** 09/07/2015, Videoclip "Sé auténtico"
 - Preguntas frecuentes:** 18/06/2015, Publicación del informe "Los derechos de propiedad intelectual y los resultados económicos de las empresas en Europa: análisis económico"
- Portales OEPM (OEPM Portals):**
 - Oficina Española de Patentes y Marcas
 - Información Tecnológica
 - Calidad
 - Archivo Histórico y Museo
 - CEV

В. КАМПАНИЯ «Я – ПОДЛИННЫЙ ТОВАР»

20. В 2009 г. была организована информационная кампания в целях просвещения потребителей. По крайней мере в 82 городах Испании распространялись брошюры, значки и наклейки, которые оказались в распоряжении более чем 100 000 человек.



21. Поскольку эта кампания оказалась очень успешной, было решено продолжать ее в социальных сетях. С 2012 г. кампания «Я – подлинный товар» активно проводится в «Фейсбуке» и «Твиттере», с тем чтобы охватить различные категории потребителей и содействовать изменению отношения тех потребителей, которые по своей воле приобретают контрафактную продукцию.



- За этой кампанией следят в «Фейсбуке» 1714 человек, которые получают новости, касающиеся нарушений прав промышленной собственности и выпуска контрафактной продукции.
- В «Твиттере» эта кампания проводится на сайте @YoSoyOriginal_, и за ней следят более 1268 человек. Каждую неделю к ним присоединяются еще по пятнадцать человек. Размещаемые там сообщения преследуют своей целью ознакомление с отрицательными последствиями выпуска контрафактной продукции для того, чтобы уменьшить эксплуатацию людей, незаконный товарооборот, разрушение предпринимательской среды в Испании и прочие отрицательные последствия приобретения контрафактной продукции.

22. В 2014 г. в рамках этой кампании был создан веб-сайт www.yosoyoriginal.es, где были размещены интерактивная карта всех операций и бюллетени новостей, поступающих от таможенной службы, полиции, Гражданской гвардии и других ведомств и органов, ведущих борьбу с выпуском контрафактной продукции.



С. ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ БОРЬБЫ С КОНТРАФАКЦИЕЙ

23. С 2010 г. ОЕПМ и ANDEMA совместно организуют мероприятия, посвященные Всемирному дню борьбы с контрафакцией, сотрудничая при этом с Налоговым управлением (Таможенного департамента) и с другими национальными правоохранительными органами.

24. Эти мероприятия призваны ознакомить людей с той пользой, которую различные права промышленной собственности (товарные знаки, патенты и промышленные образцы) приносят испанским предприятиям, а также с ущербом и угрозами, обусловленными нарушениями этих прав.

25. Каждый год мероприятия такого рода организуются в том или ином пункте, который имеет стратегическое значение для борьбы с выпуском контрафактной продукции в Испании. Для таких мероприятий выбираются конкретные порты и аэропорты, например, порты Валенсии, Лас-Пальмаса и Альхесираса и аэропорт Мадрида. В 2015 г. такое мероприятие проводилось в Виго (Понтеведра) для того, чтобы оно совпало по времени с проведением крупномасштабной операции по искоренению контрафактной продукции на рынке Педры.

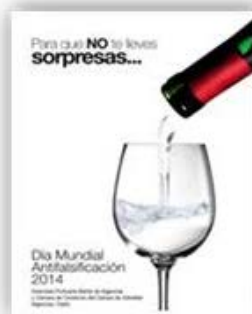
26. В 2015 г. было проведено два конкретных мероприятия, приуроченных к Всемирному дню борьбы с контрафакцией. Первое из них – это пресс-конференция сотрудников правоохранительных органов и Налогового управления, на которой были объяснены ключевые показатели, необходимые для понимания социально-экономических аспектов выпуска контрафактной продукции в Испании. Второе из них – это «круглый стол» национальных и международных государственных органов и частных предприятий, предназначенный для обмена передовым опытом. Испанские власти, а также Европейский пункт наблюдения за нарушениями прав интеллектуальной собственности и Национальный институт промышленной собственности Португалии (INPI) поделились своим опытом и тем самым показали международный характер этой проблемы. В ходе последовавшей затем дискуссии произошел обмен мнениями относительно социально-

экономических рисков выпуска контрафактной продукции и поступили предложения о принятии скоординированных мер. Это мероприятие является хорошим примером все более плодотворного институционального сотрудничества между государственным и частным секторами в борьбе с выпуском контрафактной продукции.

27. Кроме того, каждый год организуется соревнование за лучший плакат с оригинальной броской фразой на тему борьбы с выпуском контрафактной продукции, после чего такой плакат станет эмблемой Всемирного дня борьбы с контрафакцией.



Cartel ganador Día Mundial Antifalsificación 2013
Autora: Ana Valderrama



Cartel ganador Día Mundial Antifalsificación 2014
Autora: Susana Ibañez



Cartel ganador Día Mundial Antifalsificación 2015
Autor: Alfredo León

28. Для того чтобы распространить информацию о масштабах и угрозах выпуска контрафактной продукции и добиться более строгого уважения прав промышленной собственности, была подготовлена общенациональная передвижная выставка, демонстрирующая плакаты, вышедшие в финал конкурса и победившие в нем, а также другие экспонаты, которые было разрешено выставить на обозрение.

D. ИНФОРМАЦИОННАЯ КАМПАНИЯ «ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ – ЭТО ВАШЕ БУДУЩЕЕ»

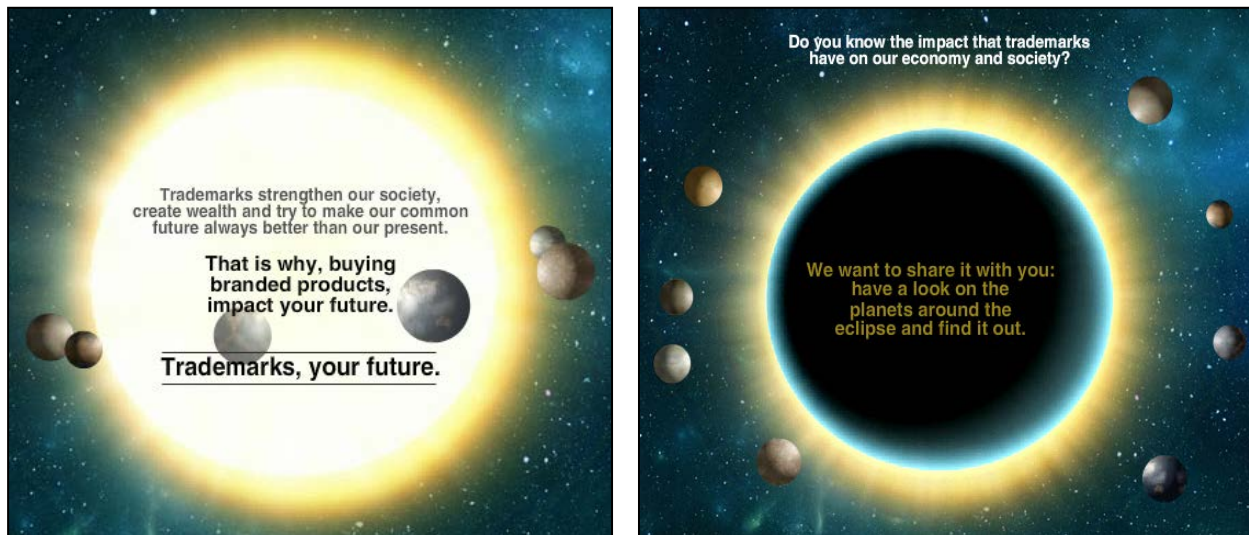
29. В 2012 г. ОЕПМ и ANDEMA стали проводить кампанию под названием «Товарные знаки – это ваше будущее» для того, чтобы потребители лучше понимали значение товарных знаков.

30. Более 140 предприятий и учреждений поддержали «первое затмение в истории Интернета». Веб-страницы предприятий и государственных и частных учреждений, которые принимали участие в этой кампании, начинались с одного и того же важного послания для потребителей: товарные знаки имеют большое значение для деловой среды, экономики, занятости и общества. На всех веб-страницах было изображено солнечное затмение, а вокруг летали товарные знаки. На экране была отсылка к веб-сайту этой кампании www.marcastufuturo.com, где было также изображено солнечное затмение, а вокруг на орбите были планеты, каждая из которых содержала важный текст о роли товарных знаков. Затем планеты выстраиваются вокруг солнца для того, чтобы убрать затмение в мире, лишенном товарных знаков.

31. Идея заключается в том, чтобы объяснить роль товарных знаков в обществе: они создают тысячи рабочих мест, дают налоговые поступления, улучшают торговый баланс благодаря экспорту, позволяют инвестировать в НИОКР, а самое главное – они обеспечивают здоровое потребление безопасных товаров, о чем потребители не всегда знают.

32. Веб-сайт этой кампании регистрировал по 100 посещений в минуту. 85% посетителей были из Испании, а остальные – из Великобритании, Франции, Австралии, Канады, Соединенных Штатов, Индии, Колумбии, Перу, Аргентины, Бразилии и России.

33. Эта кампания получила большой резонанс в средствах массовой информации и освещалась в социальных сетях и блогах.



Е. ВСЕМИРНЫЙ ДЕНЬ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ: «MARCATHLON»

34. В 2014 и 2015 гг. в Мадриде проводился «марафон товарных знаков» под названием «*Marcathlon*» для того, чтобы отметить Всемирный день интеллектуальной собственности.



35. В связи с марафоном «*Marcathlon*» проводились следующие мероприятия:

- «поиски клада» в учебных целях, в ходе которых дети, получив четыре разных задания, узнавали о важности товарных знаков, об инновациях и рисках приобретения контрафактной продукции. Дети сами разрабатывали дизайны товарных знаков для нанесения на майки, изучали понятие «изобретение», узнавали о том, как товарные знаки вносят вклад в развитие экономики и общества в конкретной стране, и с помощью полиции открывали для себя отрицательные последствия выпуска контрафактной продукции;

- выставка собак, в которой принимало участие специальное кинологическое подразделение полиции;
- общий забег для взрослых на 5 км.



36. Победители забега получили подарки от спонсирующих фирм. Все участники забега получили майку с эмблемой «*Marcathlon*» и сумку с подарочным набором от фирм, владеющих товарными знаками. Кроме того, специальный приз был вручен представителям национальной полиции в знак признания ее заслуг в борьбе с производством контрафактной продукции.

37. Более 75 владельцев товарных знаков, ассоциаций, фондов и учреждений поддержали в 2015



году эту инициативу, которая широко освещалась средствами массовой информации:

- в общей сложности более 14 000 посещений веб-сайта «*Marcathlon*», то есть было в среднем 120 посещений в день;
- более 10 000 запросов на распечатки и более 340 бесед в «Твиттере»;
- охвачено более 3000 человек и зарегистрировано 40 отсылок и более 80 «лайков» в «Фейсбуке».

F. КАМПАНИЯ «ПОТРЕБЛЯЙТЕ ПОДЛИННЫЕ ТОВАРЫ»

38. При поддержке со стороны ANDEMA и OEPM Всеобщая ассоциация потребителей (ASGECO) в 2014 году стала проводить кампанию «Потребляйте подлинные товары» с целью ознакомления потребителей и пользователей с социально-экономическими рисками приобретения контрафактной продукции и угрозами, создаваемыми для личной безопасности. В рамках этой кампании, в частности, использовался видеоролик OEPM, размещенный в Youtube, который показывает плюсы и минусы контрафактной продукции и создаваемые ею угрозы, когда речь идет о таких товарах, как лекарства или запчасти для автомобилей. Другие видеоролики этой кампании, инструкции для потребителей, позволяющие выявить контрафактную продукцию и понять последствия ее использования, а также полное исследование продукции такого рода размещены на веб-сайте www.asgeco.org/consumeoriginal.



G. КАМПАНИЯ «НЕ СОДЕЙСТВУЙТЕ ОБОРОТУ КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ»

39. В 2015 году была начата кампания под названием «Не содействуйте обороту контрафактной продукции» для того, чтобы показать отрицательные последствия выпуска контрафактной продукции и призвать потребителей к ответственному поведению в целях искоренения таких правонарушений. Эта кампания объясняет, что выпуск контрафактной продукции оказывает влияние не только на экономику, но и на общество в целом. Это

явление создает серьезные трудности для испанских предпринимателей и мелких и средних предприятий, что ведет к потере рабочих мест и сокращению расходов на исследования и инновации. Оно ведет к обману покупателей и создает серьезные угрозы для здоровья и безопасности людей. Контрафакт напрямую связан с эксплуатацией трудящихся, незаконной иммиграцией и организованной преступностью.

40. В ходе этой кампании используются тезисы и конкретные факты, связанные с потреблением контрафактной продукции, например, такие:

- потеря рабочих мест и закрытие предприятий;
- финансирование деятельности мафии или организованных преступных сообществ;
- угрозы для здоровья и безопасности потребителей.



41. Для этой кампании был также снят документальный фильм, в котором звучит рассказ Усмана Сека, в настоящее время проживающего в Торребьехе (Испания). Этот человек попал в Испанию незаконным путем в 2009 г. и занимался сбытом контрафактной продукции, но потом только благодаря своей силе воли и помощи одной неправительственной организации бросил это занятие.



IV. ИНФОРМАЦИОННЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ И СЕМИНАРЫ

42. ОЕРМ занимается активной информационной работой путем проведения различных мероприятий и семинаров следующего типа:

- информационные дни для ознакомления с опасными последствиями приобретения контрафактной продукции в Испании;
- проведение международных дней борьбы с контрафактом;
- обучение и координация работы с сотрудниками судебных органов, в частности путем проведения регионального семинара по вопросам интеллектуальной собственности для судей из Латинской Америки; такие семинары организуются ежегодно с 2002 г.;
- обучение и координация работы с сотрудниками таможенных и других правоохранительных органов и проведение специальных учебных курсов, посвященных, например, анализу данных, взятых из реестров товарных знаков и патентов, которые можно позаимствовать бесплатно через базы данных ОЕРМ.

[Конец документа]