A

WIPO
المنظمة العالمية للملكية الفكرية

WIPO/ACE/9/11
الأصل: بالانكليزية
التاريخ: 7 فبراير 2014

اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ

الدورة التاسعة

جنيف، من 3 إلى 5 مارس 2014

الإجراءات والتدابير الوقائية أو التجارب الناجحة لتكملة تدابير الإنفاذ الجارية بغية الحد من حجم السلع المزورة أو المقرصنة في السوق

من إعداد الأمانة

أولا. مقدمة

1. استرشاداً بالهدف الاستراتيجي السادس" التعاون الدولي من أجل إذكاء الاحترام للملكية الفكرية"، وبمقتضى التوصية 45 من جدول أعمال التنمية، تضطلع المنظمة العالمية للملكية الفكرية (الويبو) بتنظيم أنشطة لتعزيز التعاون الدولي فيما بين الدول الأعضاء وغيرهم من أصحاب المصلحة لإذكاء الاحترام لحقوق الملكية الفكرية في إطار الاهتمامات الاجتماعية الأوسع نطاقا والشواغل المعنية بالتنمية بصفة خاصة.

2. أظهر الحوار الدائر في اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ (ACE أو اللجنة) أهمية تحقيق التوازن السليم بين إذكاء الاحترام لسياسة الملكية الفكرية وتطبيق التدابير الوقائية والقمعية لتحقيق نتائج تلبي مختلف احتياجات ومصالح الدول الأعضاء وأصحاب المصلحة لتدعيم سوق الملكية الفكرية المشروعة وتعزيز الامتثال إلى قوانينها. وهكذا، سوف تتناول اللجنة، كجزء من برنامج عملها في دورتها التاسعة، "الإجراءات والتدابير الوقائية أو التجارب الناجحة لتكملة تدابير الإنفاذ الجارية بغية الحد من حجم السلع المزورة أو المقرصنة في السوق."

ثانياً. الإجراءات الوقائية لإذكاء الاحترام للملكية الفكرية – اللبنات الأساسية

3. تعكس الطائفة العريضة من التدابير المنصوص عليها في وثائق اللجنة التحضيرية[1]، وبخاصة وثيقة الدورة التاسعة، النهج المتكامل ذي الجوانب المتعددة الذي تتبناه الدول الأعضاء وغيرها من أصحاب المصلحة، والذي يتضمن: وضع

[1] انظر الوثائق التحضيرية لدورة الانعقاد التاسع للجنة، وبخاصة الوثيقة WIPO/ACE/9/12 من خلال الوثيقة WIPO/ACE/9/26.

التشريعات، إذكاء الوعي وتغيير الثقافة، الحلول التجارية والتقنية، والتعاون المؤسسي. وقد أُعتمدت تلك الجوانب، مدعومة بأبحاث تجريبية وأدلة، من أجل فهم أفضل للأسباب الاجتماعية والاقتصادية للتعديات على الملكية الفكرية، وللوقوف على الأثر الاجتماعي والاقتصادي والتجاري لتلك التعديات على المجتمعات[2]، في ضوء الاحتياجات الاستراتيجية للملكية الفكرية الوطنية وتطورها مع البيئة المتغيرة. وفيما يلي هذه الجوانب التي تستند إلى تدابير الإنفاذ الجارية.

4. *توعية الجمهور وتثقيفه* يجب أن يُنظر إلى حماية الملكية الفكرية وإنفاذها من وجهة نظر مستخدمي نظام الملكية الفكرية والمستهلكين والمجتمع. تضع اللجنة، وفقا للتكليف الصادر لها والذي يتضمن تحديداً "التوعية العامة"، أهمية كبيرة على التثقيف بالملكية الفكرية[3] للجمهور العام بما فيهم الشباب، لتعزيز ثقافة الاحترام للملكية الفكرية؛ وتلعب الدول الأعضاء أدوراً نشطة في هذا الصدد.[4] يستعرض القسم الثالث من هذه الوثيقة معلومات عن أنشطة الويبو، والتي تضطلع بها بناء على طلب الدول الأعضاء، في مجال التوعية لإذكاء الاحترام للملكية الفكرية.

5. *الحلول التجارية* تتصدى الصناعة للبضائع والخدمات المخالفة للملكية الفكرية من خلال نماذج تجارية وطرائق متطورة للترخيص من شأنها تلبية احتياجات المستهلكين بشكل أفضل. ففي القطاع الثقافي، يتوجه المستهلكون نحو العروض القانونية متى توافرت بأسعار مناسبة.[5] وغالباً ما تشارك الجهود التي تبذلها الحكومة في الإعلان عن تلك العروض القانونية وتعزيز الوصول إليها عن طريق، على سبيل المثال، تخصيص صفحة على شبكة الإنترنت تحتوي على جميع روابط الخدمات والمنتجات القانونية.[6]

6. *الحلول التقنية* مع استمرار التقدم التكنولوجي، تظهر أدوات تقنية أكثر فعالية في السوق للتحقق من قانونية السلعة أو الخدمة من منظور الملكية الفكرية. وبينما يلعب القطاع التجاري أو الصناعي دوراً رئيسياً في وضع تلك الحلول، تقوم الحكومات بتسهيل الحوار عبر القطاعات التجارية ذات المصالح المختلفة وإعلام المستهلكين بالأدوات المتاحة.

7. *تأمين سلاسل التوريد* تشكل سلاسل توريد منتجات الملكية الفكرية العالمية، بما تشمله من أعمال تجارية ومنظمات وأفراد وتكنولوجيا وأنشطة ومعلومات وغيرها من الموارد الأخرى اللازمة لتحويل مادة خام إلى منتج نهائي مرتبط بملكية فكرية ومطلوب للاستهلاك، خطرا متزايداً بسبب السلع المقلدة والمقرصنة، ولكنها توفر أيضا فرصة لتعزيز الحكم الرشيد، وتكوين شبكات موثوق بها لتوفير حماية أفضل للملكية الفكرية. وتعمل الشركات، بدعم من الحكومات، على الوصول إلى أفضل الممارسات لإدارة وتتبع الصفقات، سواء تلك التي تتعامل مع المكونات الأولية أو تلك التي تتعامل مع المنتجات النهائية، بكفاءة أكثر، مع مراعاة مختلف التحديات التي تواجه الكيانات العاملة في مختلف المواقع على طول سلسلة التوريد.[7]

8. *الآليات الاختيارية وفقا للوائح الداخلية* تدخل الأنشطة التجارية المشروعة في شراكات بغية التعاون للحد من الأنشطة غير المشروعة. وفي البيئة الالكترونية، على وجه الخصوص، سواء بمشاركة حكومية أو بدونها، يُنشئ أصحاب

---

[2] تضّمن برنامج عمل دورات اللجنة السادسة والسابعة والثامنة، " تحديد مختلف أنواع المخالفات ودوافع انتهاك حقوق الملكية الفكرية مع مراعاة المتغيرات الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية ومستويات التنمية المختلفة،" و"دراسات مستهدفة ترمي إلى وضع منهجيات تحليلية لقياس الأثر الاجتماعي والاقتصادي والتجاري للتقليد والقرصنة على المجتمعات، مع مراعاة تنوع الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية، فضلا عن مراحل التنمية المختلفة".

[3] خُصصت دورة اللجنة الثالثة لموضوع: "التثقيف وإذكاء الوعي".

[4] انظر على وجه الخصوص WIPO/ACE/9/12 من خلال WIPO/ACE/9/18 والمعرض ذي الصلة الذي تم تنظيمه أثناء دور الانعقاد الثالث للجنة.

[5] انظر على وجه الخصوص WIPO/ACE/9/19. برنامج عمل اللجنة في دورتها الخامسة تحت عنوان "مساهمة أصحاب الحقوق في الإنفاذ والتكاليف التي يتحملونها في سبيله، مع مراعاة التوصية رقم 45 من جدول أعمال الويبو للتنمية".

[6] انظر على وجه الخصوص WIPO/ACE/9/13، WIPO/ACE/9/14، WIPO/ACE/9/17 وWIPO/ACE/9/19.

[7] انظر على وجه الخصوص WIPO/ACE/9/20.

الحقوق ومنصات الإنترنت معا مدونات وقواعد للممارسة لإذكاء الوعي بشأن الأضرار الواقعة من جراء الأنشطة المخالفة للملكية الفكرية ووضع تدابير لوقف تلك الأنشطة في المجالات المعنية.[8]

9. *التعاون والتنسيق* لا يسعنا إلا المبالغة في أهمية التعاون والتنسيق المفتوح والذي يتميز بالشفافية والفعالية في مجال إذكاء الاحترام للملكية الفكرية، كما تجلى وبوضوح في جميع التدابير المشار إليها أعلاه. يعزّز جميع الأطراف الفاعلة جهود بعضهم البعض لتحقيق المصالح المشتركة، بما في ذلك الحكومات والقطاعات التجارية والصناعية والمستهلكين سواء على المستوى الوطني أو الدولي. وقد شددت اللجنة على أهمية مثل هذا التعاون الوثيق مع جميع الجهات المستفيدة من نظام الملكية الفكرية.[9]

10. يظهر مدى اتساع نطاق التدابير التي تتخذها الدول الأعضاء والقطاعات التجارية والمجتمع المدني، والتي تتراوح بدءاً من وضع تشريعات جديدة وجهود الملاحقة القضائية وانتهاءً بكافة الإجراءات التكميلية المذكورة أعلاه، ويتجلى صداه على شبكة الإنترنت، على وجه الخصوص، حيث يُلقى الضوء على التحديات الحادة التي تشجع على عدم الامتثال لقوانين الملكية الفكرية وإنفاذها. ففي مثل هذه البيئة الالكترونية تتبلور تلك التدابير التكميلية والوقائية المذكورة أعلاه على نحو سريع لإذكاء وبناء الاحترام للملكية الفكرية.[10]

ثالثاً. أنشطة الويبو لزيادة الوعي لإذكاء الاحترام للملكية الفكرية

11. من أجل تشجيع مشاركة المستهلك لبناء فهم مشترك للفوائد الاجتماعية لإنفاذ حقوق الملكية الفكرية، وخلق بيئة تحترم الملكية الفكرية، تقوم الويبو بتنظيم أنشطة، بناء على طلب الدول الأعضاء، تنطوي على زيادة الوعي بالملكية الفكرية والتوعية الجماهيرية وخاصة بين أوساط الشباب. تتضمن تلك الأنشطة بناء القدرات التي تهدف إلى النظر في رفع مستوى الوعي العام كتدبير وقائي مُكمِل لأنشطة إنفاذ القوانين الجارية، وتزويد السلطات الوطنية وأصحاب المصلحة بالمعلومات المتعلقة بكيفية تطوير وتنفيذ استراتيجيات إذكاء الوعي الوطني.[11]

12. وفي هذا الصدد، وضعت الويبو نمطاً نموذجياً يُنفّذ بسياسة خطوة خطوة، مبني على "استراتيجية إذكاء الاحترام للملكية الفكرية –التوعية" ("الاستراتيجية"). تُطّبق تلك "الاستراتيجية"، والتي تتضمن التثقيف والتعاون والتواصل، إما جزئيا أو كلياً، وفقا لاحتياجات الدول الأعضاء التي تطلبها. قد تكون هذه "الاستراتيجية" جزءا من استراتيجية وطنية للملكية الفكرية أوسع نطاقاً[12] تتضمن استراتيجيات ترمي إلى حفز الابتكار والإبداع لحماية ثمار هذا النشاط من خلال ملكية فكرية ولبناء ثقافة تحترم الملكية الفكرية. تقع مسؤولية تنفيذ "الاستراتيجية" على السلطات الحكومية المختصة المكلفة بالإشراف على قضايا الملكية الفكرية في أي بلد بعينه.

---

[8] تشمل أمثلة هذا التعاون مذكرة تفاهم الاتحاد الأوروبي بشأن بيع السلع المزيفة عبر الإنترنت (انظر WIPO/ACE/9/20)، المركز الأمريكي لمعلومات حقوق النشر (انظر WIPO/ACE/9/27) والمبادئ التوجيهية لأفضل الممارسات للشبكات الإعلانية لمعالجة القرصنة والتزييف المعتمدة من الشركات الأمريكية التي تقدم "الشبكات الإعلانية."

[9] يتضمن تكليف اللجنة في هذا الصدد، على وجه الخصوص، "التنسيق مع بعض المنظمات ومع القطاع الخاص لمكافحة أنشطة التزوير والقرصنة" و"التنسيق للاضطلاع ببرامج وطنية وإقليمية للتدريب لفائدة جميع أصحاب المصلحة المعنيين." انصب برنامج عمل الدورة الرابعة للجنة على "مساهمة أصحاب الحقوق في الإنفاذ والتكاليف التي يتحملونها في سبيله، مع مراعاة التوصية 45 من جدول أعمال الويبو للتنمية."

[10] انظر على وجه الخصوص الوثائق من WIPO/ACE/9/20، إلى WIPO/ACE/9/24http://www.wipo.int/meetings/en/doc_details.jsp?doc_id=261423، والوثيقة WIPO/ACE/9/27.

[11] يمكن الاطلاع على البيانات التفصيلية للأنشطة التي نظمتها الويبو في عام 2013 في مجال إذكاء الاحترام للملكية الفكرية (متضمنة البرامج والأهداف والبلدان المشاركة) في WIPO/ACE/9/2.

[12] انظر، على سبيل المثال، موارد الويبو الخاصة باستراتيجيات الملكية الفكرية الوطنية، وعمل المكاتب الوطنية للويبو ذات الصلة.

أ. أهداف استراتيجية إذكاء الاحترام للملكية الفكرية –التوعية

13. تهدف "الاستراتيجية" إلى بناء الاحترام للملكية الفكرية من خلال رفع مستوى تثمين فوائد نظام الملكية الفكرية والتشجيع على تغيير السلوك للحد من الطلب على السلع المخالفة لقوانين الملكية الفكرية.

ب. الجهات الفاعلة الرئيسة

14. تتضمن الجهات الفاعلة الرئيسة، صاحبة الأدوار في تنفيذ "الاستراتيجية"، بصورة عامة أربع فئات: القطاع العام والقطاع الخاص والمجتمع المدني ووسائل الإعلام.

15. *القطاع العام* يعتمد نجاح "الاستراتيجية" على التزام سياسي راسخ من جانب الجهات المعنية في الحكومة، والتي تشمل:

- مكاتب الملكية الفكرية وغيرها من الهيئات ذات الأغراض المحددة المرتبطة بالملكية الفكرية: وهي السلطات الوطنية المسؤولة عن قضايا الملكية الفكرية والمؤهلة لأخذ زمام المبادرة في وضع وتنفيذ "الاستراتيجية". وقد تتمثل هذه الجهات في مكاتب الملكية الفكرية ولجان تنسيق الملكية الفكرية الوطنية والمجالس الوطنية المعنية بالملكية الفكرية، وما إلى ذلك.

- واضعو السياسات العاملون في جهات أخرى: من الأمور الحيوية تفهم واضعي السياسات في مختلف دواوين الحكومة أهمية الملكية الفكرية، ولا سيما في وزارات التعليم والتجارة والصناعة والداخلية والتخطيط الاقتصادي والعلوم والتكنولوجيا والعدالة والثقافة والصحة والمعلومات، والإيمان بدورها كأداة للتنمية الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، والحرص على تطبيق اعتبارات الملكية الفكرية ذات الصلة بفعّالية في دواوينهم كل فيما يخصه.

- المدارس والجامعات: يحتاج الأمر إلى إشراك المعلمين والأساتذة بما يؤدي إلى عرض وتقديم مفاهيم الملكية الفكرية والتعريف بقيمتها في مرحلة مبكرة، ومن ثم، يَشْبُ النشء على تعلم الاحترام للملكية الفكرية خلال مراحل التعليم المختلفة.

16. *القطاع الخاص* يؤدي القطاع الخاص دوراً هاماً ممثلاً في أصحاب حقوق الملكية الفكرية ومستخدمي تلك الحقوق كأدوات في أعمالهم التجارية بنشاط، وبما يوفره هذا القطاع من علاقة مباشرة فيما بين المستهلكين بعضهم ببعض.

- الجمعيات الصناعية: يمكن أن تشكل الجمعيات الصناعية، مثل الغرف التجارية، وغيرها من رابطات الأعمال التجارية الأخرى نقطة انطلاق للتعاون من أجل رفع مستوى الوعي. كما يمكن لمجموعات المصالح الخاصة، مثل رابطات منتجي السلع الاستهلاكية والصيدلانية، أو ممثلي جمعيات واتحادات صناعات التسجيلات توفير الخبرة اللازمة للتعامل في مجالات محددة من الملكية الفكرية والقطاعات الصناعية الأخرى.

- الشركات: يمكن تحديد بعض الشركات، ولا سيما تلك التي تحظى بعلاقة وثيقة مع المستهلكين، والتعاون معها كشركاء رئيسيين في إذكاء الوعي العام. وقد تشمل تلك الشركات كلا من الشركات التقليدية، فضلا عن شركات "الاقتصاد الرقمي" الجديدة التي تلعب دوراً رئيسيا في التصدي للقضايا الناشئة في بيئة الإنترنت.

17. *المجتمع المدني*

- المنظمات غير الحكومية (NGOs): يمكن إشراك أنواع معينة من المنظمات غير الحكومية، مثل جمعيات المؤلفين وفناني الأداء والمخترعين والعلماء ومجموعات الأطباء، للمساعدة في توصيل رسائل معينة.

- الاختصاصيون القانونيون: يمكن أن تلعب نقابات المحامين وجمعياتهم والمجموعات القانونية المتخصصة في قانون الملكية الفكرية دوراً هاما في تقديم المساعدة والمشورة القانونية.

- جمعيات المستهلكين: المستهلكون هم من بيدهم القرار النهائي في الاختيار ما بين السلع القانونية أو غير القانونية، فضلا عن انخراط جمعيات المستهلكين ومشاركتهم الفعَّالة في "الاستراتيجية" في توفير معطيات قيمة بشأن احتياجات واهتمامات المستهلكين والتحديات التي يواجهونها؛ فضلا عما سوف توفره مشاركتهم من مصداقية في أي حملة للتوعية الجماهيرية.

18. *وسائل الإعلام* استخدام وسائل الإعلام وسيلة ممتازة للوصول إلى مجموعات من الأفراد تمثل مستويات المجتمع كافة. كما أن إشراك الصحافة - دور النشر والتلفزيون والإذاعة - من الأمور الحيوية، حيث تضفي مشاركتها مصداقية "للاستراتيجية" مع توفر أداة ممتازة لنشرها جماهيرياً.

ج. خطة التنفيذ

19. *التقييم والتقدير* تهدف المرحلة الأولى في إعداد "الاستراتيجية" إلى تقييم بيئة الملكية الفكرية الحالية في البلد المعني، مع التركيز بصفة خاصة على دراسة مستوى إدراك المستهلك للملكية الفكرية ووعيه بالآثار القانونية والاجتماعية للأنشطة المخالفة لها. وتشمل هذه المرحلة تقييم مختلف أنشطة الوعي المُضطلع بها فعلياً على أرض الواقع على الصعيد الوطني، مع تحليل الإنجازات التي تحققت والتحديات ذات الصلة. وقد تشهد هذه المرحلة دراسات استقصائية للمستهلكين، ولقاءات مع فئات مستهدفة، واستبيانات للجهات الفاعلة الرئيسة.

20. *تحديد الأهداف* بمجرد الانتهاء من تقدير وتقييم البيئة في سياق الاحترام للملكية الفكرية، تأتي مرحلة تحديد أهداف "الاستراتيجية". وفي هذا الصدد، تتجلى أهمية تحديد السلوك المستهدف الذي سوف تسعى "الاستراتيجية" في تقويمه (على سبيل المثال، خفض معدلات تنزيل الأفلام غير المرخص بها من على شبكة الإنترنت). في حين يلعب التثقيف في نهاية المطاف دوراً في تغيير سلوك الجمهور المستهدف، إلا أنه لن يكون هو الهدف النهائي في حد ذاته.

21. *تحديد الفئات المستهدفة* تشتمل الفئات المستهدفة، والتي تم تحديدها مسبقاً من قبل عدد من الدول الأعضاء في الويبو التي شرعت في انتهاج "استراتيجيات إذكاء الاحترام للملكية الفكرية –التوعية" على: واضعي السياسات وعامة الجمهور والمجموعات الشبابية ومسؤولي إنفاذ القانون والمؤسسات الأكاديمية ومراكز البحوث والتطوير والقطاع الخاص ووسائل الإعلام. وغالباً ما تتقاسم الفئات المستهدفة والجهات الفاعلة الرئيسة الأدوار المشتركة التي تعتمد بعضها على بعض، حيث إن المشاركة النشطة من جانب أصحاب المصلحة الفردية والجماعية أمر بالغ الأهمية لنجاح أي جهد لرفع مستوى التوعية.

22. *تحديد الفترة الزمنية* ينبغي تحديد فترة تنفيذ "الاستراتيجية"، وتقسيم تلك الفترة إلى مراحل وربطها بالأهداف المحددة والفئات المستهدفة والأنشطة.

23. *الأهداف والأنشطة المقترحة* هناك مجموعة متنوعة من أنشطة رفع مستوى الوعي بشأن إذكاء الاحترام للملكية الفكرية، والتي يمكن إعدادها وتكييفها في ضوء الأهداف المستهدفة.[13] ويجوز اختلاف الرسالة المستهدف توجيهها من كل نشاط من الأنشطة، وتشتمل تلك الأنشطة على: مساهمة الملكية الفكرية في المجتمع، أهمية ثقافة الملكية الفكرية في حياتنا اليومية، أهمية السوق القانوني للملكية الفكرية مع توفير معلومات عن عروض السلع والخدمات القانونية والضرر الذي تسببه السلع المخالفة للملكية الفكرية على الأفراد (المبدعين المحليين والمخترعين والمستهلكين) وللمجتمع بشكل عام.

24. من المقترح أن تشتمل تلك الأنشطة على:

- المعارض والمنصات الإعلامية في مراكز التسوق والعروض التجارية وغيرها من الأماكن العامة؛
- الحملات الإعلانية وبث المعلومات العامة على وسائل النقل العام، واللوحات الإعلانية؛
- العروض الإذاعية والتليفزيونية؛
- سفراء النوايا الحسنة من المطربين المعروفين والفنانين والعلماء، ومشاركتهم بإلقاء الأحاديث لمناصرة الملكية الفكرية الوطنية؛
- المقالات الصحفية، ومقاطع الفيديو القصيرة التي تُبَث عبر التلفزيون الوطني ووسائل الإعلام الاجتماعية، مع إلقاء الضوء على قصص النجاح المحلية للمبدعين والمبتكرين على أساس منتظم؛
- حملات التوعية ذات الأهداف المحددة أثناء المناسبات الوطنية والمهرجانات والاحتفالات؛
- تخصيص صفحة على شبكة الإنترنت، توفر المعلومات وتطرح أسئلة وأجوبة بشأن إذكاء الاحترام للملكية الفكرية على الموقع الشبكي لمكاتب الملكية الفكرية وغيرها من الهيئات ذات الصلة؛
- إنشاء حسابات على وسائل الإعلام الاجتماعية من قبل مكاتب الملكية الفكرية للتفاعل مع الجمهور حول القضايا ذات الصلة باحترام الملكية الفكرية وعلى وجه الخصوص مع المجموعات الشبابية؛
- إعداد تطبيقات تفاعلية باستخدام الأجهزة المحمولة ("apps")؛
- المواد الترويجية التي تحمل الرسائل الرئيسة "للاستراتيجية" (مثلاً، منشورات ونشرات إعلانية، أساور مطاطية، قمصان دعائية (تي شيرتات)، نتائج، الخ)؛
- تنظيم فعاليات على هامش الاحتفالات السنوية باليوم العالمي للملكية الفكرية؛
- منح جوائز الملكية الفكرية للفائزين في مسابقات ومنافسات مرتبطة بالملكية الفكرية.

25. *تطويع الأنشطة وفقا للفئة المستهدفة* في كثير من الحالات، قد تتداخل الأنشطة التي تضطلع بها الفئات المستهدفة المختلفة، وهو ما لا يمكن تجنبه بالنظر إلى تنوع الفئات المشاركة في أنشطة الملكية الفكرية مع اتحادهم في المصالح في غالب الأمر. ويمكن اعتبار هذا الأمر إيجابياً في إعداد استراتيجية واسعة النطاق في إذكاء الاحترام بالملكية الفكرية ورفع مستوى الوعي بها حيث تكمن قوة هذا البرنامج في تحديد الفئات المختلفة والاستفادة من التآزر فيما بينها.

26. كما يمكن أيضا تطويع الأنشطة المذكورة أعلاه وتوجيهها إلى فئات مستهدفة محددة. على سبيل المثال:

(أ) واضعو السياسات من وزراء وأمناء دائمين، وهم من بيدهم تقديم الدعم السياسي والمالي لهذه "الاستراتيجية". وقد ينتج عن تفهم هذه العناصر "للاستراتيجية" وتقديرهم لقيمتها أثراً هاماً وإيجابياً على اعتمادها وتنفيذها. ويجوز أن تتضمن الأنشطة الموجهة إلى تلك الفئة جلسات إحاطة وتشاور عالية المستوى، سواء على الصعيد الوطني أو الدولي، بغية زيادة تفهم القضايا المتعلقة بالملكية الفكرية وتعزيز تثمينهم للمساهمة في حماية الملكية الفكرية وإنفاذ القوانين

[13] انظر، على سبيل المثال، أدوات الويبو للتوعية.

في سياق سياسة التنمية الوطنية، وتحسين التنسيق والتعاون الاستراتيجي، بما في ذلك من خلال الشراكات بين القطاعين العام والخاص. وغالباً ما تؤدي هذه الأنشطة إلى توفير الدعم السياسي الراسخ نحو تحقيق أهداف "الاستراتيجية" طويلة الأجل.

(ب) المجموعات الشبابية (من أبناء المدارس الابتدائية والثانوية)، وهم من يشكلون الأجيال القادمة من المبتكرين والمبدعين والمستهلكين وواضعي السياسات. وعلاوة على ذلك، تؤثر تلك الفئة العمرية الصغيرة تأثيراً كبيرا على قرار الاستهلاك في الأسرة. وقد يسهم رفع مستوى وعي تلك الفئة في سن مبكرة بشأن الملكية الفكرية في تهيئة بيئة تحترم الملكية الفكرية من قبل جميع الأجيال. ويجوز أن تتضمن التعديلات التي تستهدف هذه الفئة على: تطوير المواد التعليمية الخاصة بالملكية الفكرية مثل الكتب المصورة والرسوم المتحركة والألعاب التفاعلية؛ التعاون مع وزارة التعليم لتضمين المناهج الدراسية بدروس ووحدات تعليمية خاصة ببناء احترام الملكية الفكرية حسب الاقتضاء، أو تدشين مسابقات تنافسية حول إذكاء الاحترام للملكية الفكرية في المدارس؛ وإطلاق أنشطة جانبية أثناء معارض الشباب العلمية والمعسكرات الصيفية؛ إعداد عروض وتقديمها بواسطة المبدعين والمبتكرين ومسؤولي الملكية الفكرية في المدارس؛ إعداد فقرات إعلامية لإلقاء الضوء على شباب المبتكرين والمبدعين. وتتجلى أهمية استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية، التي يديرها ويشرف عليها مكتب الملكية الفكرية، لهذه الفئة العمرية على وجه الخصوص كأنشطة فاعلة في تقديم المعلومات بشأن الملكية الفكرية والتفاعل عن كثب مع الشباب بشأن مبتكرات وإبداعات أقرانهم من جميع أنحاء العالم، وبناء ثقافة تحترم الملكية الفكرية.

(ج) مسؤولو إنفاذ القوانين، مثل موظفي الجمارك ورجال الشرطة وأعضاء النيابة والقضاة. وهم أصحاب المصلحة المهمين في سياق تنفيذ أي "استراتيجية" تهدف إلى إذكاء الاحترام للملكية الفكرية. تلعب إدارة الجمارك دوراً نشطاً في رفع مستوى الوعي عن طريق عرض ملصقات دعائية لمكافحة التزييف في النقاط الحدودية وفي مخافر الشرطة ونقاط مراقبة السوق في البلدان النامية والبلدان الأقل نمواً المشاركة بانتظام في توعية الجهات الفاعلة في الاقتصاديات غير الرسمية والشركات الصغيرة، كمرحلة تسبق تطبيق نظام التقاضي بشأن الملكية الفكرية. ويُقترح أن تشمل الأنشطة المعدّلة لتتناسب مع تلك الفئة المستهدفة في الأساس، بناء القدرات من خلال حلقات العمل التدريبية والكتيبات الإرشادية التي تدور حول: أثر حماية الملكية الفكرية وإنفاذها في سياق التنمية الاجتماعية والاقتصادية؛ الإلمام بالحد الأدنى من المعايير وجوانب المرونة الواردة في الباب الثالث من اتفاق تريبس وفي تشريعات الملكية الفكرية الوطنية؛ أوجه المصلحة العامة في التصدي للجريمة المرتبطة بالملكية الفكرية؛ تحسين وزيادة معدل الكشف عن جرائم الملكية الفكرية وإدانة مرتكبيها؛ الاستفادة من إجراءات قانونية اقتصادية وناجزه ومحسّنة؛ التخلص المنصف من السلع المخالفة للملكية الفكرية. ويجوز ضم أصحاب الحقوق ورابطات المستهلكين إلى هذا التدريب كجهات معنية.

(د) الجامعات ومراكز البحوث والتطوير، وهم المالكون المحتملون لحقوق الملكية الفكرية والمنتفعون بها. تتضمن الأنشطة المقترحة لهذه الفئة لزيادة الوعي بين الطلاب والباحثين والمحاضرين على: وضع سياسات داخلية للملكية الفكرية للجامعات ومراكز البحوث والتطوير؛ دمج مفاهيم الملكية الفكرية الأساسية في مناهج التدريس العامة؛ اقتراح عقد اتفاقيات مع مالكي الحقوق للحد من إساءة استعمال حقوق النسخ.

(هـ) الشركات الصغيرة والمتوسطة (SMEs) والأفراد المبدعين والمبتكرين، وهم القوة الدافعة وراء العديد من الاقتصاديات. ويجوز أن تشتمل الأنشطة المُعدَّة لهذه الفئة على: التعاون مع الغرف التجارية ورابطات الصناعات التحويلية والقطاعات الصناعية وغيرها من أصحاب المصلحة والجمعيات لتوفير نهج مُنّسق يعمل على تلبية احتياجات عناصر تلك الفئة في إذكاء الاحترام للملكية الفكرية؛ رفع مستوى الوعي للمبتكرين والمبدعين بشأن قيمة أعمالهم

المتصلة بالملكية الفكرية ليس فقط كمصدر للتمويل، بل أيضا للمجتمع ككل؛ إعداد إحصاءات وحالات دراسية بشأن إنفاذ حقوق الملكية الفكرية ذات الأهمية الخاصة للشركات الصغيرة والمتوسطة.

(و) وسائل الإعلام، وهي شريك ذو حيثية وقيمة في نشر وتوصيل احترام الملكية الفكرية للجمهور، بل يتعين إقامة شراكة قوية مع وسائل الإعلام الرئيسية كضرورة لنجاح "الاستراتيجية". وتشتمل الأنشطة المعدلة، لضمان تفهم الشركاء في وسائل الإعلام أهمية "الاستراتيجية" لتحقيق المصلحة العامة على: تدريب الصحفيين تدريباً تخصصياً على الملكية الفكرية؛ عقد مؤتمرات صحفية منتظمة من قبل مكاتب الملكية الفكرية لإحاطة الصحفيين علماً بالمستجدات المتعلقة بشئون وقضايا الملكية الفكرية، مع توفير مجموعات تحتوي على مواد صحفية ذات صلة وجاهزة للاستخدام؛ عقد لقاءات صحفية بصفة دورية للتعريف بالحملات الجديدة في إطار "الاستراتيجية"؛ تخصيص جائزة سنوية لأفضل تغطية صحفية لقضايا الملكية الفكرية، على أن يقدمها مسؤول حكومي كبير.

27. *التقدير والتقييم* يتطلب الأمر رصد كل نشاط، وتقييمه عقب الانتهاء من تنفيذه لقياس مدى استيعاب الفئة المستهدفة له (يغطي هذا التقييم، من بين أمور أخرى، الوقوف على مدى الوعي بالنشاط، وأي أثر يؤدي إلى تغيير السلوك)، والنجاحات المحققة والدروس المستفادة. يتم التقييم بالقياس على الغرض الأساسي والهدف المحدد من قبل كأساس للتقييم. تظهر أهمية هذا التقييم في سياق تطور "الاستراتيجية" وترجمتها إلى مشاريع تُنفذ على مدار عدة سنوات، وتصب في الاستراتيجيات الوطنية للملكية الفكرية والاستراتيجيات الإنمائية الأوسع نطاقاً. تعتمد "الاستراتيجية" المقترحة في تطويرها اعتماداً كبيرا على دور مكاتب الملكية الفكرية وعلى أسلوب اعتمادها وتنفيذها. ويتطلب تنفيذ تلك "الاستراتيجية" تنسيق الجهود من قبل جميع الوزارات ومؤسسات القطاع الخاص والجمعيات المعنية.

28. أثبتت التجربة عدم كفاية إنفاذ القوانين وحدها لحل مشكلة التقليد والقرصنة. ومن ثم، يبرز الوعي، كعنصر رئيسي في نسيج التدابير الوقائية لمعالجة هذه المشكلة، وذلك من خلال زيادة تقدير الجمهور العريض لفوائد نظام الملكية الفكرية وإدراكهم لحجم الآثار، متعددة الأوجه، المترتبة على التجارة غير المشروعة في السلع المقلدة والمقرصنة. ولتحقيق هذه الغاية، تهدف "إستراتيجية إذكاء الاحترام للملكية الفكرية –التوعية" إلى إعلام وتثقيف، وعند الاقتضاء، توفير بدائل مدعومة من القطاع الخاص والمجتمع المدني، كما هو منصوص عليه في القسم 2 أعلاه. يكمن القصد من وراء هذه "الاستراتيجية" في تشكيل إطار أولي لتيسير عمل الدول الأعضاء في سياق وضع استراتيجيات ذات صلة بالملكية الفكرية، ولتطويعها وفقا لاحتياجاتها، وبما يتناسب مع سياسات وأهداف التنمية القائمة في كل دولة عضو على حده.

[نهاية الوثيقة]