

WIPO/ACE/9/20

الأصل: بالإنكليزية

التاريخ: 20 ديسمبر 2013

اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ

الدورة التاسعة

جنيف، من 3 إلى 5 مارس 2014

الإجراءات الوقائية الجاري إعدادها من قبل المفوضية الأوروبية لاستكمال تدابير الإنفاذ الجارية بهدف تقليص حجم سوق السلع المقرصنة أو المقلدة.

من إعداد ج. برغيفن، رئيس وحدة مكافحة التقليد والقرصنة، المديرية دال، المدير العام للخدمات والسوق الداخلية، المفوضية الأوروبية

أولا. مقدمة

1. يتمثل الهدف الرئيسي للمفوضية الأوروبية (المفوضية) في مجال الملكية الفكرية في الوصول إلى أفضل مستوى ممكن لحوافز الابتكار، وبناء على ذلك، تعظيم النمو وخلق فرص العمل. وفيما يتعلق بسياسة إنفاذ الملكية الفكرية، تحقق المفوضية هذا الهدف بتطبيق ما يعرف باسم "نهج تتبع المال". وما تسعى المفوضية إلى تحقيقه هو التركيز على نشاط التعدي على الملكية الفكرية على المستوى التجاري وتثبيط هذا النشاط، الذي يلحق الضرر بالعوائد على الاستثمار والإيرادات المالية، نظرا إلى أن هذا يعتمد على عمل الاقتصاد الموازي المصحوب غالبا بالاستغلال الاجتماعي، ويؤدي إلى خنق النمو وفرص العمل.

2. وفي هذا الصدد، يمكن تلخيص النهج الذي تتبعه المفوضية منذ 2011 لإنفاذ الملكية الفكرية داخل السوق الداخلية في خمسة أركان:

- أولا، تجميع قواعد البيانات وإعداد نماذج وإجراءات اقتصادية لتحسين تتبع وتقييم التكاليف المجتمعية لأنشطة التعدي على الملكية الفكرية بحيث يمكن جعل سياسة إنفاذ الملكية الفكرية موجهة نحو أهداف معينة وفعالة بقدر الإمكان؛

* الآراء المعبر عنها في هذه الوثيقة هي آراء المؤلف، وليست بالضرورة آراء الأمانة أو الدول الأعضاء في الويبو.

- وثانيا، تسعى إدارات المفوضية مع الدول الأعضاء إلى توعية جميع الأطراف بحجم المشكلة بغية حث جميع أصحاب المصالح على أداء دورهم في تخفيض التكاليف المجتمعية التي تنتج عنها؛
- وثالثا، تسعى المفوضية إلى ضمان وجود إطار عمل للإنصاف المدني يعمل بسلاسة، ويتسم بالاتساق والفعالية والتناسب وعدم التعسف؛
- ورابعا، تسعى المفوضية إلى تحفيز إعداد اتفاقات طوعية استباقية وشاملة بين أصحاب المصالح للحيلولة دون تطور وانتشار أنشطة التعدي على الملكية الفكرية على الصعيد التجاري. وتستند هذه الاتفاقات إلى أفضل الممارسات والتي تسعى المفوضية إلى تحديدها سواء في سوقها الخاصة أو في غيرها من الأسواق؛
- وأخيرا، تسعى المفوضية إلى مساعدة سلطات الإنفاذ الوطنية في تبادل أفضل الممارسات في جميع أنحاء السوق الداخلية.

3. وللوفاء بهذه المهام، نعتمد على المرصد الأوروبي للتعديات على حقوق الملكية الفكرية (المرصد) الذي يقع مقره في مكتب التنسيق في السوق الداخلية (العلامات التجارية والتصاميم) (OHIM). وقد أنشأت المفوضية المرصد رسميا منذ عامين¹ لكي يزودها بالبيانات الموضوعية والدعم التقني من أجل تطوير سياساتنا.

4. وتتيح الدورة التي تعقدها اليوم لجنة الويبو الاستشارية المعنية بالإنفاذ فرصة للتوسع في شرح مبادرات المفوضية القائمة والمخطط لها وفقا للركن الرابع المذكور فيما سبق. ولكن يجب التأكيد أولا على أن الأركان الخمسة ليست عناصر بديلة ولا مكملة فيما بينها، بل يعتمد كل منها على غيره بشكل متبادل. ويجب تطوير خمستها كلها بالتزامن من أجل تحقيق الأهداف التي وضعتها المفوضية لإنفاذ الملكية الفكرية. وما كانت الآليات "الطوعية" الموضحة فيما يلي لتكون ممكنة لولا نظامنا المنسق للإنصاف المدني الذي يفرض بذل العناية الواجبة على جميع الوسطاء في جميع مراحل سلاسل القيمة المضافة للملكية الفكرية المعنية. وبالمثل، فإننا إن لم نتمكن من توعية جميع أصحاب المصالح بالتكاليف المجتمعية الفعلية لأنشطة التعدي على الملكية الفكرية، فإنهم لن يشاركوا في التدابير الوقائية التي نحن بصدد إعدادها. وأخيرا وليس آخرا، فإننا نحتاج إلى بيانات موضوعية لإثبات تلك التكاليف المجتمعية، وليس هناك ما يوحي بأنها ستكون مهمة سهلة إذا كان العاملون في المجال المعني يخشون تقديم البيانات الملائمة نظرا إلى الأثر الذي قد تخلفه على تقييمات سوق الأوراق المالية.

5. ومن الأهمية بمكان أيضا أن نؤكد على أننا لا نرى هذه السياسة في فراغ أوروبي، فالإنترنت يعبر كل الحدود وانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أتاح لكثير من سلاسل توريد منتجات الملكية الفكرية، إن لم يكن كلها، أن تمتد خارج الحدود الأوروبية. ويترتب على ذلك أننا لو أردنا للسياسة التي نتبعها لإنفاذ الملكية الفكرية أن يكتب لها النجاح في تحقيق أهدافها، فإننا يجب أن نتفق شركاءنا التجاريين بالاشتراك معنا في تطبيقها وتطويرها. ولذلك نود أن نشكر الويبو على دعوتها لنا لعرض سياساتنا في هذا المجال.

ثانيا. مبادرات "العناية الواجبة" في المراحل الأولى والمراحل النهائية

6. فيما يتعلق بالركن الرابع، والذي هو بؤرة التركيز في هذا القسم، يمكننا أن نقسم هذه المجموعة من "اتفاقات التعاون" إلى مجموعتين فرعيتين أخريين:

7. وتسعى المجموعة الأولى إلى منع دخول المنتجات المتعدية على الملكية الفكرية إلى السوق وتتطلب مشاركة جميع الأطراف الفاعلة في المراحل الأولى من سلسلة القيمة المضافة لمنتج الملكية الفكرية. وهو ما يمكن أن يمتد مداه من المورد إلى

مالك العلامة، أو من الفنان أو كاتب الأغنية إلى شركة التسجيلات، أو من المخترع إلى الشركة القائمة بالتسويق التجاري، أو من الصحفي المستقل إلى ناشر الأخبار.

8. أما المجموعة الثانية فتسعى إلى منع المتعدين من اكتساب المال في المراحل النهائية من سلسلة القيمة المضافة لمنتج الملكية الفكرية من خلال خفض مستوى الأرباح التي يمكن تحقيقها سواء عن طريق بيع المنتجات المتعدية على الملكية الفكرية أو عن طريق توليد إيرادات من توزيعها عبر الإعلانات أو كلا الطريقتين.

9. وتعتمد كل من مجموعتي النهج الطوعية على بذل جميع أصحاب المصالح في الجزء المعني من سلسلة القيمة المضافة للعناية الواجبة في عقودهم واتفاقاتهم التجارية. ويشمل ذلك أصحاب الحقوق أنفسهم. كما أن نجاح الخطة في تقليص عرض المنتجات المتعدية على الملكية الفكرية وترويجها يعتمد بشكل حاسم على مدى "استجابة" المستهلكين / المواطنين على العملية. فما لم يكن هؤلاء مقتنعين بالقيمة المجتمعية المضافة للمنتج الذي يعتمد على الملكية الفكرية مقارنة بنظيره الذي يتعدى على الملكية الفكرية، لن يكون من المحتمل لهذه النهج الطوعية، والتي يقترن تنفيذها بتحمل بعض التكاليف، أن تنتشر وتنجح.

ثالثاً. المراحل النهائية: نشر تدقيق سلسلة التوريد مع أنظمة للتعب والتتبع بغية تضيق الخناق على عرض المنتجات المتعدية على الملكية الفكرية

10. تعترم إدارات المفوضية عقد حلقتي عمل في وقت لاحق من هذا العام عن أنظمة التتبع والتتبع وتدقيق سلسلة التوريد من أجل تحديد أفضل الممارسات في تطبيق هذه الأنظمة بغية الحد من دخول المنتجات المتعدية على الملكية الفكرية إلى الأسواق. ولا تتجه النية إلى إلزام أصحاب الحقوق ومورديهم أو موظفيهم أو المتعاقدين معهم بدمج هذه الأنظمة في نماذج أعمالهم، بل بالأحرى إلى حثهم على فعل ذلك عن طريق إطلاعهم على المنافع الاقتصادية التي يمكن أن تترتب عليه. وسوف ندعو منذ البداية جماعات المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية إلى المشاركة في العملية.

11. ويمثل الهدف في ضمان أن يطبق أصحاب الحقوق مبادئ "اعرف مورّدك/ تأكد من عدالة الشروط التعاقدية" عند الاعتماد على مورد أو فنان أو صحفي أو غير ذلك في تطوير منتجاتهم التي تعتمد على الملكية الفكرية. وبالإضافة إلى ذلك، نود أن نشجع على بذل هذه العناية الواجبة في جميع مراحل السلسلة المعنية بحيث تمتد لتشمل ما يطلق عليه غالباً مصطلح موردي الطبقة الثانية أو الثالثة أو الرابعة.

12. ويبدو أن من المنطقي لصانعي السياسات أن يفترضوا أن أي صاحب حقوق يروج لصورة ذات "جودة" في الاتحاد الأوروبي ينبغي له، من خلال التعاون المشترك مع مورديه وموظفيه، أن يكون قادراً على إثبات تلك "الجودة" في جميع عملياته التجارية. فهذا يخلق حساً تجارياً جيداً. كما أن استراتيجيات حماية العلامة التجارية التي تطبقها أية شركة تقوم بالاستثمار في الترويج لصورتها ذات الجودة تعتمد على مثل هذه الممارسات.

13. وبالإضافة إلى ذلك، فإننا نرى أن المواطنين الأوروبيين يستجيبون بإيجابية لمثل هذا التدقيق لسلسلة التوريد (وسوف تثبت ذلك بمساعدة العمل الذي يجريه المرصد الأوروبي بشأن التصور²). فالنجاح المتواصل والمتزايد الذي تحقّقه المنتجات الاستهلاكية المدقّقة التي تحمل علامة "تجارة عادلة" داخل سوقنا الداخلية يبعث على هذه النظرة المتفائلة. وتوحي الاستجابة الإيجابية من جانب المستهلكين على هذه المنتجات الاستهلاكية المدقّقة سريعة الحركة التي تحمل علامة التجارة العادلة بأن المستهلكين سوف يتحمسون لتعميم هذا التدقيق في جميع المنتجات التي تحمل علامات تجارية "ذات قيمة"، ومن ثم جميع المنتجات التي تعتمد على الملكية الفكرية.

² نشر المرصد مؤخراً دراسة تحدد نتائج الدراسة الاستقصائية الأوروبية التي أجريت حول هذه المسألة: https://oami.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/IPContributionStudy/25-11-2013/european_public_opinion_study_web.pdf

14. ومن الواضح أن الأمر ينطوي على بعض التكاليف، وهي ليست قليلة، ولكن عن طريق "1" استقصاء أفضل الممارسات فيما يتعلق بالكيفية التي يمكن بها ربط التكاليف بشكل متناسب مع جميع الأطراف الفاعلة في سلسلة التوريد؛ "2" وإشراك مدققين اجتماعيين وأخلاقيين منذ البداية لضمان اتباع أفضل الممارسات؛ "3" وإعلام أصحاب الحقوق والمستثمرين بالفرص، ينبغي أن يكون من الممكن أن يتم تطوير السوق من أجل هذه الخدمات على نحو يتيح لجميع أصحاب الحقوق، كبارا كانوا أو صغارا، اتباع هذه الممارسات. وبالإضافة إلى ذلك، فإننا نرى أن ضمان معرفة المستهلكين والمواطنين وممثلي المجتمع المدني معرفة واضحة بمصدر المنتجات التي يستطيعون النفاذ إليها أو شراءها وبجودتها وقيمتها المجتمعية سيؤدي إلى تقليص الطلب على المنتجات المتعدية على الملكية الفكرية والتي توجد في أسواق الظل أو الأسواق الموازية أو السوداء.

15. ومن الأهمية بمكان التأكيد على أن الهدف لا يتمثل كثيرا في "الحماية"، بل في "الشمول". فمثلا، نرى أن الاستغلال الاجتماعي في الأعمال التجارية غير المشروعة في الاقتصاد الموازي أو الخفي في الاتحاد الأوروبي وأيضا في بلدان أخرى (بأجور معيشية يقل مستواها عن المستوى القانوني أو المعترف به) ينبغي ألا يرتبط بالمنتجات التي تستند إلى الملكية الفكرية التي تباع في سوق الاتحاد الأوروبي. وبالمثل، فإن الشروط التعاقدية التعسفية التي تُفرض على مورّد ما في أوروبا أو في أحد البلدان الأخرى تمثل دعوة إلى تطوير سوق للمنتجات المتعدية على الملكية الفكرية. وبعبارة أخرى، يمكن القول مرة أخرى إن مصداقية أصحاب الحقوق ومجتمع الملكية الفكرية ستتراجع إذا كان موظفهم من أصحاب الحقوق أو فنانونهم المتعاقدون من أصحاب الحقوق يشكون إساءة استخدام حقوق الملكية الفكرية التي يملكونها وعدم عدالة الشروط المتعلقة بالأجور.

16. ومن الواضح أن هذا الانتقال إلى التدقيق المنهجي لسلسلة التوريد والتعقب والتتبع لتفادي دخول المنتجات المتعدية إلى سلاسل التوريد يشكل تحديا هائلا لا يمكن النجاح فيه إلا من خلال التعاون على المستوى الدولي. ولذلك ترغب إدارات المفوضية الأوروبية في التواصل مع البلدان الأخرى المهتمة بهذا المشروع ودعوتهم إلى الاتصال بنا بحيث تتمكن من النظر في كيفية تطوير مثل هذه البرامج من خلال العمل المشترك.

رابعاً. المراحل الأولى: مذكرات تفاهم بين أصحاب الحقوق ومقدمي خدمات التوزيع والدفع من أجل تضييق الخناق على الإيرادات النقدية للمتعديين على الملكية الفكرية على المستوى التجاري

17. بمجرد أن يتم إتاحة المنتجات المتعدية على الملكية الفكرية ويصبح من الممكن الترويج لها أو بيعها لتنافس السلع والخدمات الأصلية المبتكرة وذات الجودة والتي تعتمد على الملكية الفكرية، يصبح لزاما على أصحاب الأعمال التجارية المشروعة أن يعملوا معا بغية ضمان أن تكون أعمال الترويج لهذه السلع المتعدية على الملكية الفكرية ومبيعاتها محدودة.

18. وكما هو الحال في تدقيق سلسلة التوريد، ينبغي أن تكون هناك مصلحة مشتركة في فعل ذلك. فسوف يستفيد أصحاب الحقوق من تدنية مستويات المنافسة غير المشروعة إذا نجح هذا التعاون، كما ستتحسن سمعة مقدمي الخدمات من حيث حماية مصالح زبائنهم. وفي النهاية فإن تجار التجزئة المشاركين في تداول المنتجات المتعدية على الملكية الفكرية، سواء عبر شبكة الإنترنت أو خارجها، سيفقدون قاعدة زبائنهم، وهو ما سيحدث أيضا لدى مقدمي خدمات الدفع الذين يتيحون القيام بعمليات الدفع بدون التحقق بأي شكل من أصالة التاجر.

19. وتسعى إدارات المفوضية إلى التشجيع على صياغة مذكرات تفاهم بمبادئ واضحة يستطيع الموقعون عليها بموجبها تطبيق استراتيجيات لمكافحة التعدي على الملكية الفكرية. وقد قامت المفوضية بدور الوسيط في أول اتفاق من هذا القبيل في مايو 2011. وقام بالتوقيع على مذكرة تفاهم بشأن بيع السلع المقلدة عبر الإنترنت (مذكرة التفاهم) عدد كبير من منصات الإنترنت ومالكي العلامات التجارية والاتحادات التجارية. وقد وضعت مذكرة التفاهم هذه مدونة للممارسة في مجال مكافحة بيع السلع المقلدة عبر الإنترنت، وعززت المذكرة أيضا التعاون بين الموقعين عليها. وهي تغطي أهم منصات التجارة الإلكترونية وكذلك أهم

العلامات التجارية في مجال السلع الاستهلاكية سريعة الحركة، والإلكترونيات الاستهلاكية، والأزياء، والسلع الفاخرة، والسلع الرياضية، والأفلام، والبرمجيات، واللعب، التي تعمل كلها على المستويين العالمي والإقليمي.

20. وتبرز مذكرة التفاهم الثقة في السوق التي يتم التعامل فيها عبر الإنترنت، حيث تنص على تدابير مفصلة لمكافحة عرض السلع المقلاة على الإنترنت وتعمل أيضا على تحسين حماية المستهلكين الذين يشترون السلع المزورة بغير قصد. ولسوء الحظ، لم توقع اتحادات المستهلكين حتى الآن على مذكرة التفاهم؛ ويثبت ذلك أن جماعات المستهلكين وبعض منظمات المجتمع المدني لا تزال متشككة في قيمة المنتجات التي تعتمد على الملكية الفكرية مقارنة بنظيرتها التي تتعدى على الملكية الفكرية³.

21. وتغطي مذكرة التفاهم: "1" إجراءات ملاحظة وتسجيل العروض المقدمة عبر الإنترنت والتي من المحتمل أن تكون متعدية؛ "2" والتدابير الوقائية والاستباقية من جانب المنصات لحذف عروض السلع التي من الواضح أنها متعدية قبل نشرها؛ "3" والالتزام بتبادل المعلومات من أجل اتخاذ الإجراءات اللازمة ضد من يتعدون بصورة متكررة.

22. وفي 18 أبريل 2013، اعتمدت المفوضية تقريرا (COM (2013) 209 final) عن أداء مذكرة التفاهم المعنية ببيع السلع المقلاة عبر الإنترنت، وتبين من التقرير أن أداءها يتسم بالفعالية. ويسير العمل قدما في الوقت الحالي نحو تشجيع هيئات المستهلكين على الانضمام إلى مذكرة التفاهم وتحديد مؤشرات أداء رئيسية واضحة لكي تتمكن من رصد أثر مذكرة التفاهم على الاتجاهات السائدة في أعمال توريد المنتجات المقلاة عبر الإنترنت رسدا أكثر دقة.

23. وترغب المفوضية في الاستفادة من هذا المشروع الرائد الأول، وقد بدأت خوض مناقشات مع أصحاب المصالح المعنيين بخدمات الإعلان عبر الإنترنت من أجل تحديد ما إذا كان لا يمكن إعداد مذكرة تفاهم ماثلة بين وسطاء الإعلان هؤلاء وأصحاب الحقوق ومقدمي خدمات وسائل الإعلام عبر الإنترنت. وقد يمثل الهدف في خفض كمية الإعلان على مواقع الإنترنت المعترف بمشاركتها في توزيع الخدمات المتعدية على الملكية الفكرية على الصعيد التجاري. ونظرا إلى أن الإعلان عبر الإنترنت يتزايد شراؤه على أساس "أعمى"، أي عن طريق البحث عن المستهلك وليس عن مواصفات وسائل الإعلام، فإن ذلك سيمثل تحديا هائلا.

24. إلا أن أصحاب الحقوق يمكن أن يلعبوا دور القادة الرئيسيين للنجاح أو الإخفاق في هذا المشروع نظرا إلى أنهم هم أنفسهم المعلنون الرئيسيون. ومن مصلحة أي مالك علامة أن يعرف إلى أين يذهب المال الذي ينفقه للإعلان وقد يبدو من المنطقي ألا يتحمس أصحاب العلامات التجارية الكبرى لتشجيع وتحويل مواقع غرضها الأساسي هو استدرار الربح عن طريق توزيع منتجات تتعدى على الملكية الفكرية. وبصراحة، فإن الأدلة المتاحة حاليا والتي توضح مثل هذه الأخطاء في اختيار مكان الإعلانات تشير إلى أن مالكي العلامات التجارية يلحقون الضرر بأنفسهم في هذا الصدد.

25. وسوف تبدأ إدارات المفوضية أيضا مناقشة مقدمي خدمة الدفع حول الكيفية التي قد يمكنهم بها المساعدة في منع أداء عمليات الدفع للمتعديين على الملكية الفكرية القائمين على تشغيل هذه المواقع.

26. أما عن الوضع الحالي، فقد ركزت المفوضية عملها على مسألة الأسواق التي تعمل عبر الإنترنت، ولكننا سنسعى في المستقبل إلى التوسع في هذه المناقشات لكي تشمل بالكامل جميع الأطراف الفاعلة في السوق سواء عبر شبكة الإنترنت أو خارجها.

27. وفيما يتعلق بمذكرات التفاهم المتعلقة بالإنترنت، فنظرا إلى أن مواقع الإنترنت يمكن النفاذ إليها عبر جميع الحدود ويتمتع فيها المتعدون على الصعيد التجاري بحرية كبيرة في الحركة، فإن تحقيق الفعالية لمذكرات التفاهم هذه يتطلب التوسع فيها على

³ يمثل التقرير الأخير بشأن أهمية القطاعات التي تستخدم الملكية الفكرية استخداما كثيفا في اقتصاد الاتحاد الأوروبي خطوة أولى نحو توفير بيانات موضوعية تطلبها هذه الهيئات التمثيلية.

الصعيد الدولي. ومع وضع ذلك في الاعتبار، ترغب المفوضية في مناقشة هذه المبادرات مع شركائنا التجاريين للنظر في الكيفية التي يمكن بها توسيع نطاقها لتشمل بلدانا أخرى.

خامسا. خاتمة

28. تسعى المفوضية الأوروبية إلى وضع سياسة متوازنة وفعالة لإنفاذ الملكية الفكرية تعمل على تعظيم القيمة المجتمعية التي يمكن توليدها من سلسلة القيمة المضافة للملكية الفكرية. والهدف هو إعداد نهج "شامل" لإنفاذ الملكية الفكرية يشمل جميع أصحاب المصالح الذين يطبقون "العناية الواجبة" طواعية لمكافحة تطور الأنشطة المتعدية على الصعيد التجاري.

29. وسوف يضمن هذا النهج الشامل، من حيث المبدأ، أن تكون سياسة إنفاذ الملكية الفكرية الناتجة متوازنة وتراعي تماما القيم المجتمعية المشتركة لدى جميع أصحاب المصالح. وهو أيضا نهج يمكن توسيع نطاقه على المستوى الدولي، وفي عالمنا هذا الذي تتنامى فيه الاتصالات باستمرار، قد يجب أن يكون دوليا لكي يكتب له النجاح.

30. وتتوق المفوضية لمناقشة هذه القضايا مع شركائنا التجاريين في كل من محفل اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ وعلى المستوى الثنائي.

[نهاية الوثيقة]