R

WIPO
ВСЕМИРНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ
ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ
СОБСТВЕННОСТИ

WIPO/ACE/18/22
ОРИГИНАЛ: АНГЛИЙСКИЙ
ДАТА: 20 АПРЕЛЯ 2026 ГОДА

Консультативный комитет по защите прав

Восемнадцатая сессия
Женева, 2–4 июня 2026 года

РЕКЛАМНЫЕ КАМПАНИИ ПО ПОВЫШЕНИЮ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ О БОРЬБЕ С КОНТРАФАКЦИЕЙ В ИСПАНИИ

Доклад подготовлен г-жой Сарой Бой, руководителем службы, Испанское ведомство по патентам и товарным знакам (ИВПТЗ), Мадрид, Испания [*]

РЕЗЮМЕ

В настоящем докладе рассказывается о роли Испанского ведомства по патентам и товарным знакам (ИВПТЗ) в повышении осведомленности потребителей как ключевом компоненте усилий по борьбе с контрафакцией. В соответствии со своим уставным мандатом и стратегическим планом ИВПТЗ с 2019 года проводит ежегодные общенациональные кампании по повышению осведомленности, ориентированные на периоды пикового потребления. Опираясь на данные Ведомства интеллектуальной собственности Европейского союза (ВИС ЕС), национальных правоохранительных органов и Европола, в докладе освещается социальный, экономический, медицинский и экологический ущерб, наносимый контрафактной продукцией. В нем описываются цели, масштаб и коммуникационный подход кампаний ИВПТЗ, включая специальный веб-портал stopfalsificaciones («останови контрафакцию») и кампанию 2025 года, в которой использовался позитивный нарратив, ориентированный на общественность.

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

Постоянная работа по повышению осведомленности являются ключом к влиянию на поведение потребителей и укреплению уважения к правам интеллектуальной собственности.

I. ПОВЫШЕНИЕ ОСВЕДОМЛЕННОСТИ О ПРАВАХ ПРОМЫШЛЕННОЙ СОБСТВЕННОСТИ И УВАЖЕНИЯ К НИМ

1. В соответствии с Королевским указом, регулирующим деятельность Испанского ведомства по патентам и товарным знакам (ИВПТЗ), помимо регистрации прав промышленной собственности (ПИС), охраняемых на территории Испании, ведомство уполномочено продвигать инициативы и проводить мероприятия, направленные на повышение осведомленности и обеспечение надлежащей защиты промышленной собственности.

2. Исследования и отчеты, опубликованные Ведомством интеллектуальной собственности Европейского союза (ВИС ЕС), показывают, что 20% молодых людей в Испании сознательно приобрели хотя бы один контрафактный продукт в течение предыдущих 12 месяцев[1] и что в таких секторах, как текстильные изделия, косметика и игрушки, потребление контрафактной продукции приводит к потере более 15 000 прямых рабочих мест и более 1,5 млрд евро (1,75 млрд долл. США) в виде продаж в Испании[2].

3. В рамках своей деятельности, направленной на содействие лучшему пониманию ПИС, ИВПТЗ проводит специализированную подготовку по этому вопросу для студентов всех уровней образования и сотрудников правоохранительных органов, ответственных за соблюдение ПИС.

4. Согласно последним данным, опубликованным испанскими правоохранительными органами, в результате операций, проведенных национальной, региональной и местной полицией, в 2024 году в Испании было изъято более 6 миллионов единиц контрафактной продукции. Более 80% из них были игрушками.

5. По данным Европола, нарушение ПИС часто связано с другими серьезными преступлениями, такими как трудовая эксплуатация, отмывание денег, коррупция или торговля наркотиками[3].

6. Кроме того, использование контрафактной продукции представляет риск для здоровья потребителей, особенно детей в случае игрушек, и способствует ухудшению состояния окружающей среды, поскольку такая продукция не соответствует требованиям контроля ингредиентов и не проходит производственные проверки.

7. Вышеизложенное подчеркивает, насколько важно повышать осведомленность и понимание потребителей в отношении уважения, знания и защиты ПИС. Промышленная собственность имеет важнейшее значение, поскольку она стимулирует инновации и экономическое развитие, создает рабочие места, повышает конкурентоспособность и привлекает инвестиции. Она также способствует передаче технологий, содействует честной конкуренции и позволяет компаниям защищать свои нематериальные активы, чтобы они могли извлекать из них выгоду и развиваться.

8. В стратегический план ИВПТЗ на период 2025–2027 годов[4] включен проект проведения кампаний по борьбе с контрафакцией и усилению защиты ПИС.

---

1 EUIPO, 2023. European Citizens and Intellectual Property: Perception, Awareness, and Behaviour – 2023.
2 EUIPO, 2024. Economic impact of counterfeiting in the clothing, cosmetics, and toy sectors in the EU.
3 EUIPO and Europol, March 2022. Intellectual Property Crime: Threat Assessment 2022.
4 SPTO, Plan estratégico 2025-2027.

II. КАМПАНИИ ПО БОРЬБЕ С КОНТРАФАКЦИЕЙ

9. С 2019 года ИВПТЗ проводит ежегодные рекламные кампании для учреждений в периоды пиковых покупок, таких как «черная пятница» и Рождество, в крупнейших национальных СМИ: телевидение, радио, пресса, онлайн-реусрсы и наружные информационные носители. В неделю начала кампании ее представляет прессе министр промышленности и туризма. Каждый год создается совершенно новая кампания.

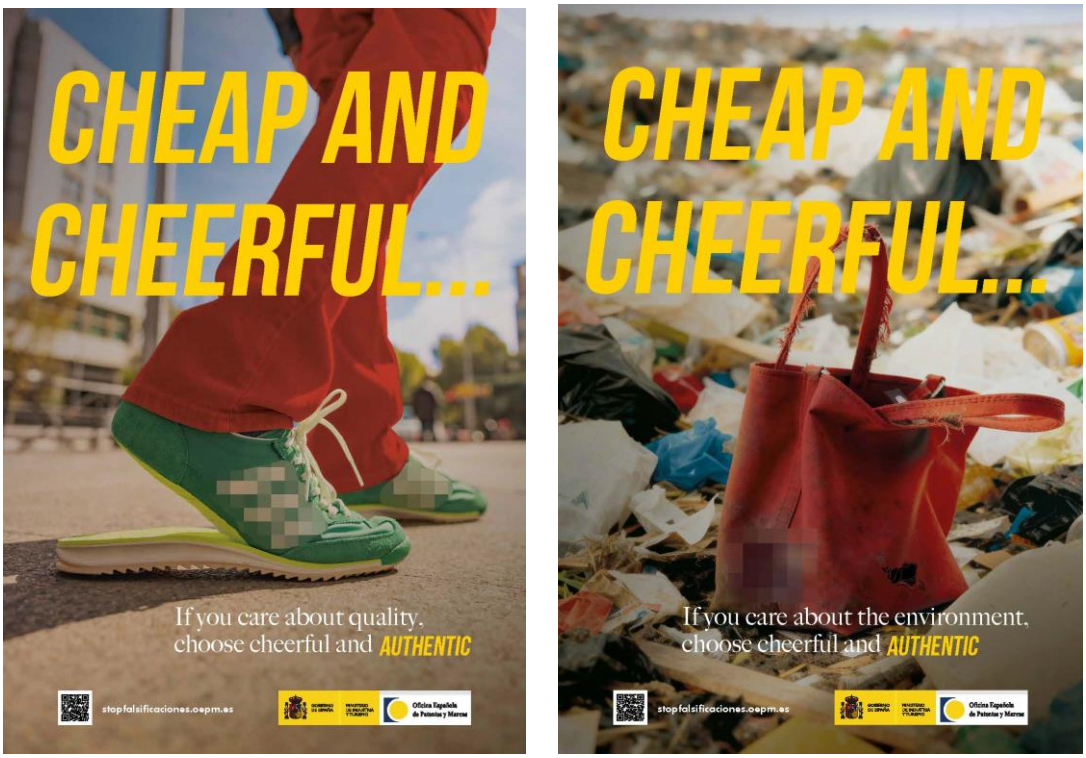
10. Цель проекта — повысить осведомленность потребителей о важности отказа от приобретения контрафактной продукции и серьезных социальных и экономических последствиях этого, с особым акцентом на риски для здоровья и окружающей среды.

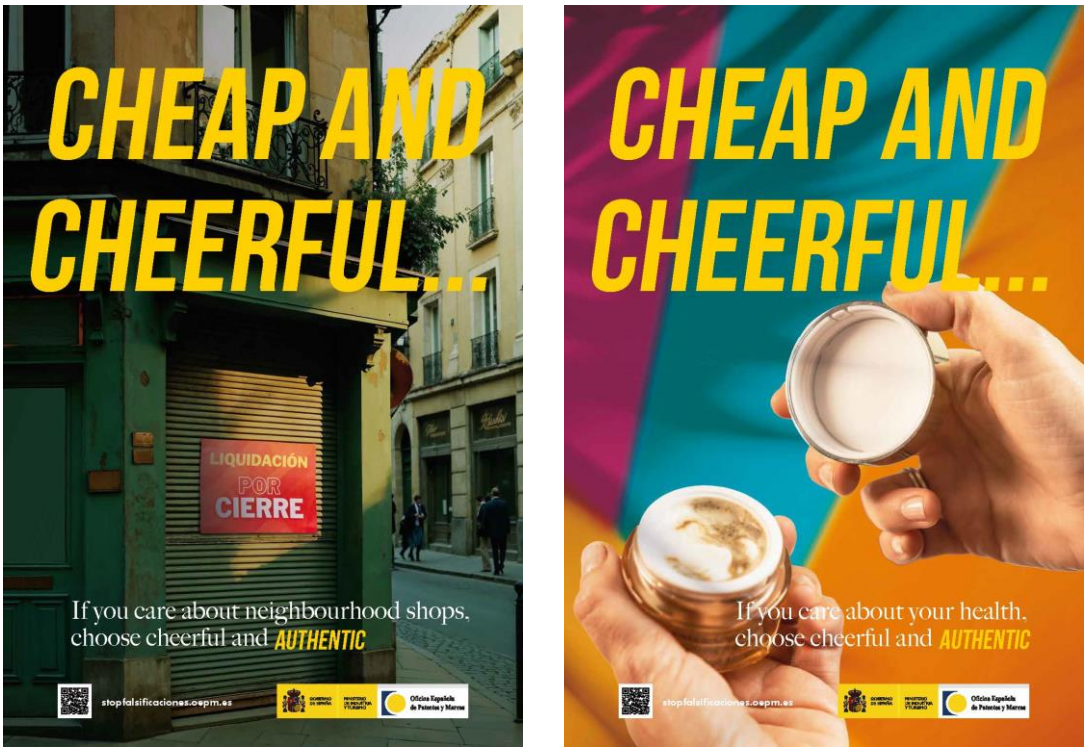
11. Кампании размещаются в репозитории на специализированном веб-портале ИВПТЗ под названием stopfalsificaciones («останови контрафакцию»). Портал содержит всю информацию, касающуюся контрафакции и правоприменения: опубликованные исследования и отчеты, законодательные акты, руководства для правообладателей по защите их ПИС, а также инструкции о том, как действовать и сообщать о случаях нарушения прав. На него приходят также электронные письма от частных лиц, компаний и органов власти по вопросам, связанным с подделкой прав на промышленную собственность, и с него же отправляются соответствующие ответы. Электронные письма обрабатываются службой ИВПТЗ по защите прав. В большинстве случаев запрашиваются инструкции о том, как сообщить о подозрении на подделку; в некоторых случаях может потребоваться ответ от других отделов ИВПТЗ или обработка третьими сторонами, например платформами электронной торговли.

12. В своей кампании в 2025 году ИВПТЗ выбрала тон, направленный на то, чтобы отойти от традиционно связанного с покупкой и потреблением контрафактной продукции чувства вины и драматизма, и перейти к более дружелюбному, визуально привлекательному подходу, опираясь на повседневный опыт, чтобы лучше взаимодействовать с общественностью.

13. Цель кампании под лозунгом «Дешевые, веселые и... подлинные» — это повышение осведомленности потребителей о рисках и последствиях покупки контрафактной продукции и продвижение сознательной, информированной и устойчивой альтернативы. В условиях массового потребления, когда решения о покупке принимаются за считанные секунды, поддельные товары превратились в безобидную на первый взгляд альтернативу: доступную, привлекательную и функциональную. Однако за внешним видом скрывается реальное негативное воздействие на всех: страдают потребители, малый бизнес, здоровье населения и окружающая среда.

14. Кампания 2025 года призвана побудить людей к размышлениям, предлагая им задуматься, прежде чем потреблять, и напоминая, что каждый выбор в пользу потребления имеет последствия, часто незаметные, но всегда реальные.





15. Материалы кампании, включая видеоролик, плакаты и объявление на радио (на английском и испанском языках), доступны на портале stopfalsificaciones. ИВПТЗ будет признательна за дальнейшее распространение информации по соответствующим каналам для достижения максимального эффекта и готова предоставить любые дополнительные материалы или информацию.

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

16. Как указано в стратегическом плане ИВПТЗ, подобные кампании, направленные на изменение отношения и поведения потребителей и поощрение уважения к ПИС, будут и впредь проводиться в испанских СМИ: нарушение ПИС — это многогранное преступление, поэтому усилия по борьбе с ним требуют совместного участия всех заинтересованных сторон. Повышение осведомленности потребителей и лучшее понимание промышленной собственности — это ключ к обеспечению большего уважения к ПИС.

17. Мы приглашаем вас также посмотреть видеоролик кампании, который демонстрируется в кинозале ККЗП.

[Конец доклада]