

WIPO/ACE/10/22

الأصل: بالإنكليزية

التاريخ: 31 يوليو 2015

اللجنة الاستشارية المعنية بالإنفاذ

الدورة العاشرة

جنيف، من 23 إلى 25 نوفمبر 2015

أنشطة الاتحاد السويسري لصناعة الساعات في مجال الوقاية من التقليد على الإنترنت

من إعداد كارول أوبير، رئيسة وحدة الإنترنت في الاتحاد السويسري لصناعة الساعات^{*}

الملخص

يتيح الإنترنت للمقلدين فرصة الوصول إلى جمهور عالمي بتكاليف زهيدة ومخاطر ضئيلة، مستفيدين من إمكانية إخفاء هويتهم على الإنترنت، ويتعرض المستهلكون لظاهرة التقليد على نطاق واسع. وبما أن أنشطة المقلدين مقترنة بمخاطر ضئيلة أو منعدمة، يحرص المقلدون على زيادة مبيعات سلعهم المقلدة، مما يزيد من صعوبة الإنفاذ. ولذا ينبغي معالجة هذه المشكلة من خلال نهج عالمي يقارب المشكلة بأبعادها المختلفة، والحل هو التعاون بين مختلف أصحاب المصالح من القطاعين الخاص والعام. ويتعين أن يسعى هذا التعاون في البداية إلى الإحاطة بالظاهرة بصورة أفضل من خلال مشاركة المعلومات والاستعلامات وأفضل الممارسات والخبرات والتجارب، ومن الضروري كذلك تغيير العقلية وزيادة احترام حقوق الملكية الفكرية. وأخيراً، لا بد من العمل على سنّ قانون مرّن عالمي بشأن إنفاذ الملكية الفكرية على الإنترنت.

^{*} تعتبر هذه الوثيقة عن آراء الكاتب ولا تعبر بالضرورة عن آراء أمانة الويبو أو الدول الأعضاء فيها.

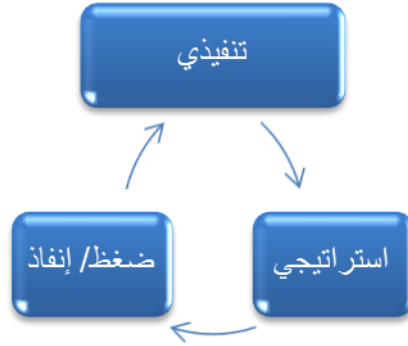
أولاً. المقدمة

1. إن النمو الثابت للتجارة الإلكترونية المعوملة قد فتح الأبواب أمام اقتصاد عالمي، إذ تقدم التجارة على الإنترنت فرصاً غير مسبوقة للمستهلكين وللشركات في شراء وبيع السلع في السوق الوطنية وعبر حدود السوق المحلية والدولية. وعلى الصعيد العالمي، يُقلص الإنترنت العوائق أمام التجارة العابرة للحدود.
2. على أن المتاجرين غير الشرعيين أو المخالفين الذين يبيعون السلع المقلدة يستغلون ميزات التجارة الإلكترونية ليعرضوا البضائع المقلدة على المستهلك مباشرة. وأنشأت الإنترنت قنوات توزيع جديدة أتاحت للمقلدين الوصول إلى جمهور عالمي بأسعار زهيدة للغاية وبمخاطر ضئيلة. ويستفيد المقلدون من إمكانية إخفاء هويتهم على الإنترنت ويتعرض المستهلكون لظاهرة التقليد على نطاق واسع ويمكنهم بسهولة شراء سلع مقلدة عن علم أو غير علم، عن طريق الإنترنت. وتسببت التجارة الإلكترونية في زيادة الطلب على السلع المقلدة، مما أدى إلى زيادة في العرض.
3. وإذا سهلت العوملة وانتشار التكنولوجيا إنتاج نسخ مقلدة من منتجات شعبية بكلفة قليلة، ومع تغليفها وتوسيمها، فقد ساهمت مساهمة كبيرة في زيادة انتهاكات حقوق الملكية الفكرية. وما زالت التقارير تفيد على مدى عدة سنوات بأن زيادة نسبة مبيعات المنتجات المقلدة وتوزيعها تعود إلى الإنترنت¹. وتُشترى السلع المقلدة على الإنترنت وتُشحن إلى الخارج عن طريق خدمات البريد العادي أو السريع، وغالباً ما تكون بكميات صغيرة نسبياً يصعب على سلطات الجمارك أو وكالات إنفاذ القانون اكتشافها. وتُظهر إحصاءات الضبط الصادرة عن الجمارك زيادة في نسبة ضبط السلع المنقولة بالبريد الجوي والبريد البحري وانخفاضاً في نسبة ضبط السلع المنقولة بسفن الشحن التجارية، وهذا يعود إلى المبيعات الفردية على الإنترنت، وبنسبة كبيرة منه إلى أسواق الشركات وأسواق المستهلكين.
4. وفي معظم البلدان الأوروبية يتضاءل عدد "الأسواق المفتوحة" التي يمكن فيها بخرية شراء البضائع المقلدة، وفي هذه الحالات، يميل المستهلكون إلى الشراء من أسواق افتراضية على الإنترنت أو من مواقع إلكترونية مستقلة يسهل فيها التعرف على الساعات المقلدة والحصول عليها.
5. وتُفيد تقارير الاتحاد الأوروبي بارتفاع عدد عمليات الضبط في البريد الجوي والبريد العادي (الطرود الصغيرة) لسلع مبيعة على الإنترنت. وتُظهر الإحصاءات ميلاً لارتفاع عدد الشحنات التي يُشتبه بأنها تنتهك حقوق الملكية الفكرية. وترتبط هذه الزيادة ارتباطاً تاماً بالنقل الجوي والسريع والبريدي الذي جاء نتيجة لنمو سوق التجارة الإلكترونية.
6. وفي السنوات الأخيرة، لوحظ وجود تحول بفضل الجهود التي بذلتها الجهات المعنية (أصحاب الملكية الفكرية والمواقع الأوروبية الإلكترونية) لإزالة السلع المقلدة من المواقع الأوروبية، فقد ارتفعت مبيعات هذه المنتجات على المواقع غير الأوروبية الموجودة في الخارج، غير أن المستهلكين الأوروبيين لا يترددون في الشراء من هذه المواقع الأجنبية على ما تبين من عمليات الحجز التي تنفذها الجمارك على حدود الاتحاد الأوروبي.
7. وبما أن أنشطة المخالفين مقترنة بمخاطر ضئيلة أو غير محفوفة بالمخاطر، فإنهم يحرصون على زيادة مبيعات سلعهم المقلدة على الإنترنت.

¹ البيان الكتابي الذي قدمه الائتلاف الدولي لمناهضة التقليد إلى ممثل الولايات المتحدة للشؤون التجارية، 15 فبراير 2011، ص.13؛ مقابلات أجراها الأعضاء الأمريكيون في لجنة التجارة الدولية مع ممثلي قطاع الصناعة، واشنطن، الولايات المتحدة الأمريكية، 3 نوفمبر 2010، و1 مارس 2011.

ثانياً. ما هي الحلول التي ينبغي اعتمادها لمواجهة هذه الظاهرة الآخذة في النمو؟

8. أصبحت مكافحة التقليد أكثر تعقيداً وتركيباً، وأساليب الإنفاذ القائمة محدودة والمقلدون الذين يجيدون استخدام التكنولوجيا نشطون للغاية ومبدعون ومطلعون على أحدث الابتكارات، ولذلك لا يوجد حل نهائي لمشكلة بيع السلع المقلدة على الإنترنت، بالإضافة إلى أن الإنترنت في تطور دائم، لذلك يتعين أن يكون الحل عالمياً.
9. وبما أن الإنترنت قناة للنقل، يقع على عاتق كل جهة معنية مشاركة في سلسلة التوزيع دور تقوم به، من مقدمي خدمات الإنترنت إلى مقدمي خدمات الاستضافة وشبكات نقل المضامين ومحركات البحث وشبكات الإعلام الاجتماعية والمواقع الإلكترونية ومقدمي خدمات الدفع على الإنترنت وشركات الشحن السريع، وغيرها.
10. وعلى الرغم من انعدام إمكانية اجتثاث المشكلة من جذورها بالكامل، فيمكن الهدف الرئيسي في إيجاد مثبتات قوية للتخفيف من إمكانية التعرف على السلع المقلدة وتقليص حجم مبيعاتها. وفي الاتحاد السويسري لصناعة الساعات، تُستلهم التدابير المتخذة من الاستعلامات الموجهة التي تتحكم بدورة الحياة مثل الإجراءات التنفيذية والاستراتيجية والضغط/الإنفاذ.



11. والاستعلام ليست فقط ما يُجمع من معلومات، وإنما ما ينتج عن تقييم البيانات المجموعة وتحليلها (على غرار المعادلة التالية: "معلومات زائد تحليل يساوي استعلام")². والاستعلام حاسم في رسم القرار والتخطيط والتوجيه الاستراتيجي والوقاية من الجريمة. ولذلك يكتسي الأساس التنفيذي الذي يعمل بموجبه فريق وحدة الإنترنت في الاتحاد السويسري لصناعة الساعات أهمية كبرى، وهو المادة الأساسية التي توفر المعلومات عن المواقع التي يجري فيها الإتجار غير المشروع. ومع ذلك، من الضروري الوصول إلى حجم معين من المعلومات خلال المرحلة التنفيذية من أجل الحصول على معلومات كافية وذات صلة بالموضوع للإحاطة تماماً بالوضع واتخاذ الإجراءات المناسبة من الناحية الاستراتيجية.

ما هي طريقة العمل المناسبة؟

12. تتلخص السمات الرئيسية للمواقع الإلكترونية المستقلة في العدد الكبير من المواقع المخصصة لبيع الساعات المقلدة والتقلب الكبير واتباع بائعي السلع المقلدة لاستراتيجية المواقع المتعددة. ويكمن رد الاتحاد على التقليد في استهداف المواقع الإلكترونية للسلع المقلدة الأكثر بروزاً (بما أن المستهلكين سيشترون منها أولاً)، وفي أتمتة العمليات (جمع المعلومات والأدلة والإشعارات بأوامر التوقف والامتناع) والمتابعة الدورية لضمان فعالية التدابير التي اتخذها الاتحاد. وينبغي أن تفضي المرحلة الاستراتيجية إلى تحديد الشبكات، فقد أعد الاتحاد أداة لأتمتة البيانات المتعلقة بالمواقع الإلكترونية التي تتعامل بالسلع المقلدة وتتبع مسارها وإدارتها. وقد يبدو الأمر كتدابير متفرقة وسطحية وتعطي نتائج آتية فقط، لكنها ضرورية لجمع البيانات ويمكن تنفيذها بها بما أن معظم العملية أصبحت أتمتة.

² التحكم عن طريق الاستعلام الموجه: البنية الجديدة للاستعلام، وزارة العدل الأمريكية، مكتب الدعم القضائي، سبتمبر 2005.

13. ويُجري الاتحاد أيضاً بانتظام حجراً على أسماء حقول الإنترنت في الولايات المتحدة الأمريكية، بما أن تحليل البيانات يمكننا من الوصول إلى مواقع ذات نشاط كبير وتحمل أسماء حقول عامة وتستضيفها بلدان لا تطبق القواعد، وفي هذه الحالات يجري الحجز على أسماء حقول الإنترنت لصالح أعضاء الاتحاد السويسري لصناعة الساعات، وتُستخدم أسماء الحقول المستعادة في توعية المستهلكين (مثل: www.replicahouse.com). وكذلك يستخدم تصنيف أسماء حقول الإنترنت المحجوز عليها ليحل محل المواقع الإلكترونية المخصصة الأخرى في محركات البحث، بقصد التخفيف من ظهور السلع المقلدة ضمن نتائج البحث لعدة أشهر على الأقل.

14. والسمة الرئيسية للأسواق هي تنوع المنصات الإلكترونية (حتى من وجهة نظر مبرمجي الكمبيوتر)، فهناك عدة لغات وعملات وعدد كبير من الإعلانات التي ينبغي التعامل معها في فترة قصيرة. ويصمم الاتحاد أداة مرنة ومخصصة للتعرف على الإعلانات المخالفة وتخزين المعلومات عنها والإشعار بها.

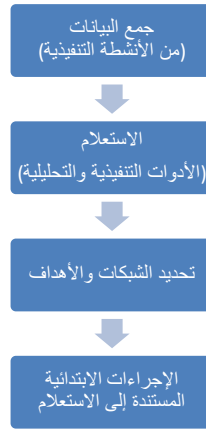
15. وبفضل الجهود التي تبذلها الجهات المعنية، لوحظ وجود تحول وأصبح تركيز الرصد موجهاً إلى المنصات الإلكترونية الآسيوية. وقامت مواقع شهيرة مثل (eBay) أو غيره التي يملكها اثنان من الفاعلين الرئيسيين في أوروبا وهما [مجموعة شيبستد (Schibsted group) التي تملك مجموعة من المواقع الإلكترونية منها (Leboncoin.fr أو seguedemano.es) وناسبرز التي تملك (منصات Allegro وغيرها)] بالتخفيف من المخالفات لتصل نسبة الإعلانات عن سلع مخالفة إلى حد مقبول، على الرغم من وجود اختلافات كبيرة يمكن ملاحظتها بين الأسواق المملوكة من المجموعة نفسها. ونتيجة لذلك، تركز وحدة الإنترنت في الاتحاد السويسري لصناعة الساعات على المواقع الآسيوية أو غير الأوروبية لأنها تستهدف بوضوح المستهلكين الأوروبيين، وهذه المواقع متاحة باللغة الإنكليزية وغالباً ما تقدم دعماً للمستخدم بلغات متعددة، فضلاً عن أنها تقبل معظم بطاقات الائتمان.

16. والمواقع الجديدة التي انضمت إلى هذه الفئة هي وسائل التواصل الاجتماعي التي تُستخدم للبيع مباشرة من مصدر محلي ولترويج مواقع إلكترونية مخصصة لهذا الغرض، وغالباً ما تفتح أسواق جديدة متاحة حصراً للمستخدمي الهواتف الجوالة (تطبيقات الهاتف الجوال). ويتعين على الاتحاد تكييف أدوات تكنولوجيا المعلومات التي ينتجها واستراتيجياته لتشمل الرصد والاستعلام لأي موقع جديد.

ثالثاً. قضايا استراتيجية

17. كما ذكرنا آنفاً، يجب عدم الاكتفاء بجمع البيانات في المرحلة التنفيذية، وإنما تحليلها بغية تحديد الأهداف الاستراتيجية. وتكمن خصوصية البيع على الإنترنت في ضخامة حجم مجموعات البيانات التي نديرها، مما يستدعي استخدام أدوات خاصة من أدوات تكنولوجيا المعلومات، وبما أن المقلدين نشطون، فالبيانات تتقادم بسرعة، مما يثير مشكلة إضافية تقتضي رصداً منتظماً لجميع البيانات المجموعة سابقاً، ومع ذلك ينبغي تسجيل مجموعات البيانات السابقة لإنشاء الروابط وتحديد الشبكات. وأخيراً، من الضروري نظراً إلى كمية المعلومات، تحديد الأولويات بحسب ظهور العروض. وكذلك يواجه الاتحاد استراتيجية مبيعات متعددة الأوجه بسبب التقارب الرقمي، إذ يروج المزورون سلعهم غير المشروعة باستخدام استراتيجية متعددة القنوات، ولذلك يمكن لبائع واحد أن ينشط على شبكات التواصل الاجتماعي، ويدير مواقع بيع إلكترونية بحسابات متعددة، كما يدير موقعاً إلكترونياً مخصصاً أو أكثر. وإذا أتمّ الاتحاد ربط جميع هذه المعلومات، فسيتمكن من إعداد تصور شامل عن البائع وسيحدد ضرورة اتخاذ أي إجراءات للإنفاذ وبأي شكل، وينبغي على الاتحاد تحقيق أكبر قدر ممكن من الفعالية ضمن الموارد المحدودة المتاحة له.

18. ومع هذه الكمية من المعلومات، هناك تحد في تقديمها بطريقة مفهومة وواضحة من أجل تحديد ما يُسمى "بالبور الساخنة" مثل مقدمي خدمات الاستضافة أو المواقع الإلكترونية المتغيرة التي يديرها الكيان نفسه. ومن ناحية إيجابية، المعلومات مخزنة رقمياً ويمكن الرجوع إليها وجمعها وتحليلها.



19. وتستند الإجراءات بالطبع إلى الإنفاذ، لكن يمكن أن تكون قائمة على التكنولوجيا (مثال: طلب وديعة لفتح حساب جديد للبيع على منصات بيع إلكترونية أو تطبيق إجراءات تسجيل فعالة للتحقق من الهوية الحقيقية للبائع). ومن ناحية إجراءات الإنفاذ، من المهم للغاية إقامة علاقات بناء مع سلطات إنفاذ القانون والتعاون معها والاشتراك معها في الأنشطة، وكذلك توفير التدريب لمن يشارك في مكافحة التقليد.

رابعاً. الرصد والتعاون مع الوسطاء التقنيين

20. من المهم جداً، في الأساس، إقامة علاقات تعاون سلسة مع جميع الجهات المعنية الرئيسية من أجل العمل بفعالية ودون التعرض لعبء متطلبات الوسطاء التقنيين.

21. وبالنسبة إلى منصات البيع الإلكترونية، يقوم الاتحاد بتحليل المتطلبات القانونية والتقنية بقصد تحديد كيفية الطريقة الأكثر فعالية للإبلاغ عن المخالفات، علماً بأن الاتحاد ينوب عما يقارب خمسين علامة تجارية مختلفة. وقد طورت بعض المنصات أدوات إبلاغ متقدمة أدخلها الاتحاد ضمن أدواته للرصد، وفي المنصات الأقل تطوراً، يرسل الاتحاد إشعارات تلقائية عن طريق البريد الإلكتروني. ولذا بعد مرحلة المراقبة، يحاول الاتحاد تحديد كيفية تحسين عملية الإبلاغ وكيف يمكن تجنب الانتهاكات في المستقبل، على سبيل المثال من خلال انتقاء بعض فئات المنتجات من خلال تطبيق كلمات أساسية للبحث أو تحديد شريحة أسعار. ومن المهم للغاية اكتشاف المخالفين الذين يكررون المخالفة، لكن لا يمكن اكتشافهم إلا إذا توفرت أداة للاكتشاف وتدابير فعالة تنفذها المنصات الإلكترونية (مثل الودائع وتكاليف التسجيل وتحديد البائع بأسلوب فعال، وغيرها).

22. وتتيح أداة الرصد التي أعدها الاتحاد لمقدمي خدمات الاستضافة تحديد الشركات التي تقدم خدمات الاستضافة المفضلة، مما يساعد على الاتصال بها مباشرة بغية منعها من تقديم خدماتها للمخالفين. وغالباً ما يمكن الحل في أن الزبائن يخالفون شروط الاستخدام مما يدفعهم على الإحجام عن ممارسة أنشطة غير قانونية. وكما ذكرنا في المقدمة، يجيد المقلدون استخدام التكنولوجيا وهم نشطون للغاية، لذلك برزت أشكال جديدة من الاستضافة مثل الاستضافة السحابية أو شبكات نقل المضامين، وحتى لو كانت هذه الأشكال من الخدمات مصممة لأغراض مشروعة، فقد أدرك المقلدون بسرعة فوائد إمكانية إخفاء هويتهم باستخدام هذا النوع الجديد من الخدمات على شبكة الإنترنت بقصد تعميم هويتهم وإخفاءها بصورة أفضل على الشبكة. وينبغي وضع أنظمة وقواعد محايدة تكنولوجياً من أجل مقارنة المشكلات القانونية بنهج شامل، بما فيها مسؤولية الوسطاء التقنيين المخالفين.

23. ويكتسي وسطاء آخرون أهمية قصوى في مكافحة الغش على الإنترنت لأنهم يؤدون دوراً أساسياً في مبيعات الإنترنت فهم يستفيدون من نوع من الاحتكار (خيارات محدودة وبدائل قليلة) ويضعون أمام المحتالين تكاليف عالية إذا أرادوا تغيير

مورد الخدمات الذي يتعاملون معه. وفي السنوات الأخيرة، وقع التركيز على معالجي عمليات الدفع وشركات الشحن السريع للأسباب ذاتها. بالتعاون معهم يمكن خلق الانقطاع في شبكات البيع الفعالة. ويمكن لذلك التعاون أيضا أن يفضي في وقت ما إلى ربط اتصال مباشر من شأنه أن يكون حاسما في التعرف على الشركة الفعلية التي تقف وراء آخر حلقة من سلسلة مبيعات الإنترنت غير القانونية.

24. ولا بدّ من التنويه بما تم لحد الآن وما أنجزته شركات الدفع وتحديدًا مؤسسات بطاقات الائتمان التي تؤدي دورا محوريا في هذه الحركة. ومن الممكن اليوم التعاون من أجل الكشف عن حسابات البائعين وإفقالها. ونتيجة لذلك، تراجعت المواقع التي تقبل الدفع ببطاقات الائتمان ويحاول أصحاب هذه المحلات المشكوك فيها إقناع المشتريين باستعمال وسائل دفع بديلة (مثل النقد الإلكتروني "بيتكوين" أو "بهموني"). وقد كشفت مبادرة³ RogueBlock™ IACC أين تُحفظ أغلبية الأموال المتأتية من بيع المنتجات المقلدة. وهذا انتصار في حدّ ذاته لأن المستهلكين غالبا ما يكون اهتمامهم قصير الأمد. فإذا اشترط منهم الكشف عن هويتهم قبل تحويل مبلغ بواسطة وسترن يونيون أو عبر حساب بنكي، فسيدفعهم ذلك إلى التفكير مليا قبل شراء السلعة. ومن المهم جدا توعية وتنقيف كبريات الأبنك ومؤسسات خدمات الدفع وشبكات بطاقات الائتمان.

25. ويرى الاتحاد أنه من الضروري توجيه عمل مجموعات الضغط نحو شركات البريد والشحن لأن مبيعات الإنترنت ترسل دائما عن طريق شركات البريد السريع أو خدمات EMS. وينبغي إيجاد حل للكشف عن المخالفين المعتادين ومنعهم من الاستعانة بخدمات تلك الشركات. وتقدر السلع المقلدة المرسلّة سنويا بالملايين ولذلك لم يعد من المعقول التقليل من شأن العائد العالمي الذي تحققه شركات الشحن والإرسال. ولا بدّ من التأكيد مجددا على أن تعزيز التوعية والتعاون هو المخرج النهائي من أجل التوصل إلى حل توفيقى مناسب مع أصحاب الملكية الفكرية.

خامساً. أنشطة التوعية

26. بناء على قاعدة العرض والطلب، ينبغي أن تركز أنشطة التوعية أكثر على المستهلكين فهم قادرين على كبح عرض السلع المقلدة من خلال شراء المنتجات الأصلية. ويسعى الاتحاد إلى تنقيف المستهلكين باستراء انتباههم لما يتعرضون له من مخاطر جراء التعامل مع المواقع الإلكترونية غير القانونية.

27. وفتح الاتحاد موقعا (<http://replicaswisswatch.com/>) يبدو في ظاهره ولأول وهلة كأنه موقعا يبيع الساعات المقلدة ولكنه ينتقل بالزوار في غضون ثوان إلى صفحة تحمل رسالة وقائية. وتركز الرسالة في الصفحة على مخاطر التي يمكن التعرض لها جراء شراء ساعة مقلدة. فعلى سبيل المثال، يحصل المجرمون الذين يعملون وراء الموقع المخالف على كل تفاصيل الزبون مثل الاسم والعنوان ورقم بطاقة الائتمان وهم قادرين على جمع هذه المعلومات وتوظيفها في أعمال إجرامية (انتحال الهوية والسرقة باستعمال بطاقة الائتمان، الخ). ويمكن أيضا مناقشة قضايا أخرى مثل التورط مع أعمال إجرامية أخرى وتبييض الأموال.

28. وما زال الطريق طويلا والعمل لم ينتهي بعد في هذا المضمار لأن المستهلكين غالبا ما يغرون بالمنتجات المقلدة حتى وإن كانت لهم الفرصة لعدم شراء هذه المنتجات غير القانونية.

سادسا. الخاتمة

29. في مكافئته اليومية يعتبر الاتحاد أن المشكلة ليس لها حل نهائي. فالإنترنت في تطور متواصل ولا بدّ من المشاركة بغية تعقب المخالفين الذين لا يزالون يسبقون الركب في يومنا هذا. ولا بدّ من مقارنة عالمية، والاتحاد يتعامل مع المشكلة من زوايا مختلفة في الوقت ذاته.

30. وربما تتغير الأمور في المستقبل. والتعاون فيما بين أصحاب المصلحة (من القطاعين العام والخاص) هو السبيل الحاسم من أجل فهم الظاهرة من خلال الترويج ومشاطرة المعلومات والاستعلامات وأفضل الممارسات والمهارات والتجارب وإرساء محيط يشجّع على تغيير الآراء والحفز على مزيد من الاحترام لحقوق الملكية الفكرية. والحاجة ماسة لتعزيز نشأة مجموعة من قواعد الإنفاذ "المرنة" العالمية للإنترنت لأن المجرمين يتقنون فن التحايل على القواعد.

[نهاية الوثيقة]