

Ministerul Educației al Republicii Moldova

Agencia de Stat pentru Proprietatea Intelectuală a Republicii Moldova

PLAN DE COMUNICARE

***Campania de sensibilizare a elevilor asupra
fenomenelor contrafacerii și pirateriei în
Republica Moldova***

Chișinău, 2014

1. NECESITATEA ORGANIZĂRII CAMPANIEI

Proprietatea intelectuală este elementul care poate încuraja activitatea economică, deoarece pune accentul pe imaginație, inovație și creativitate. Astfel că, economia viitorului va fi o economie creativă și inovativă. Creșterea valorii proprietății intelectuale reprezintă un indicator de succes al oricărei instituții sau întreprinderi, dar și al țării, în general. Confirmare celor menționate sunt câteva exemple: peste 11% reprezintă aportul industriilor dreptului de autor și conexe la Produsul Intern Brut al Statelor Unite, valoarea unei singure mărci poate depăși cu mult bugetele naționale ale multor state, utilizarea indicațiilor geografice pe un produs mărește profitabilitatea întreprinderii cu aproximativ 11%, valoarea proprietății intelectuale în cadrul unor întreprinderi depășește valoarea activelor materiale ale acestora.

Cu regret, deseori acești indicatori sunt foarte atractivi și pentru contrafăcători sau pirăți, care, de cele mai multe ori, sunt bine finanțați, au o structură organizațională foarte dezvoltată, volumul de producere îl depășește pe cel al titularilor de drepturi și operează la scara globală sau regională. Caracteristic acestei infracțiuni este că se utilizează tehnologii avansate și modele de business moderne privind producerea și distribuția bunurilor contrafăcute și piratate. Suplimentar metodelor clasice, Internetul constituie un alt mijloc avantajos, prin intermediul căruia, elementele criminale organizate ajung mult mai ușor la utilizatorul final.

Și dacă în anii '90 erau contrafăcute și piratate, în special, obiectele de lux, îmbrăcămintea, muzica, filmele, softul, actualmente practic toate obiectele de consum sunt afectate de fenomenul contrafacerii și pirateriei, inclusiv produsele alimentare, cosmetice, parfumerie, piese pentru mijloacele de transport, jucării, electrocasnice sau medicamente. Astfel, contrafacerea nu afectează doar drepturile de proprietate intelectuală și nu subminează doar anumite industrii, ci atentează direct la siguranța statelor și la sănătatea cetățenilor, inclusiv a tinerei generații.

În acest context, formarea unei generații de tineri bine informați și dispuși să sprijine lupta împotriva contrafacerii și pirateriei, constituie un obiectiv determinant în procesul de asigurare a drepturilor. Practica din ultimii ani demonstrează faptul că, lipsa suportului din partea consumatorului final minimizează substanțial eforturile autorităților în combaterea acestor fenomene. Astfel, chiar dacă cadrul legislativ național asigură, în mare parte, realizarea drepturilor titularilor, iar procesul de constituire a sistemului instituțional s-a finalizat, atestându-se dorința autorităților de a schimba lucrurile spre bine, totuși rezultatul final nu va fi realizat decât prin implicarea deplină a tuturor componentelor și actorilor din domeniu, în special din partea societății. Conform experienței europene, societatea trebuie să fie factorul determinant în combaterea fenomenelor de contrafacere și piraterie. Spre regret, conform *studiului privind cunoașterea de către consumatori a fenomenelor de contrafacere și piraterie* (http://www.stoppirateria.md/pdf/studiu_raport.pdf), percepția generală a societății moldovenești este, deocamdată, una de necunoaștere și dezinformare.

Campania publică de sensibilizare a societății din 2012 a fost o reușită și un prim pas spre schimbarea percepției consumatorilor final asupra proprietății intelectuale, în general, și asupra contrafacerii și pirateriei și a consecințelor acestora, în mod special.

Organizarea campaniei de sensibilizare a elevilor asupra fenomenelor contrafacerii și pirateriei reprezintă o continuitate a evenimentelor demarate în 2012, doar că grupul țintă va fi limitat la elevii claselor IX-XII din instituțiile de învățământ. Prima etapă va fi direcționată către școlile și liceele din mun. Chișinău, după care se va trece la etapa de acoperire națională. Obiectivul de bază al campaniei constă în informarea tinerei generații asupra riscurilor și

consecințelor pe care le produce contrafacerea și pirateria, iar mesajul campaniei să ajungă în cât mai multe instituții de învățământ din țară.

2. OBIECTIVELE

- Ridicarea nivelului de cultură generală a elevilor referitor la proprietatea intelectuală;
- Ridicarea nivelului de conștientizare de către tânăra generație a necesității respectării drepturilor de PI;
- Informarea tinerei generații privind efectele negative ale contrafacerii și pirateriei;
- Conturarea percepției tinerei generații asupra fenomenelor contrafacerii și pirateriei, precum și identificarea posibilelor căi de minimizare a acestora

3. PUBLICUL ȚINTĂ

Grupul țintă al Campaniei va cuprinde elevii claselor IX-XII din cadrul instituțiilor de învățământ preuniversitar (licee, școli de cultură generală) din Republica Moldova.

4. PERIOADA ORGANIZĂRII

Campania va fi organizată pe parcursul anului 2014.

5. LOCUL ȘI TIMPUL ORGANIZĂRII

Activitățile planificate în cadrul Campaniei vor fi organizate în sălile de conferință ale instituțiilor de învățământ, în afara orelor de program. Durata întrunirii va fi de 60 minute.

6. INSTRUMENTELE ȘI PRODUSELE DE MARKETING

- Lecții tematice
- Expoziție ambulantă de produse piratate și contrafăcute
- Sondaj de opinie
- Spoturi video
- Materiale promoționale, etc.

7. INDICATORI DE PERFORMAȚĂ

- Numărul instituțiilor de învățământ implicate în proiect - 50
- Numărul de elevi antrenați în acțiune - 5000
- Numărul de chestionare completate - 4500

8. PLANUL DESFĂȘURĂRII ÎNTRUNIRII

La intrare, în procesul înregistrării elevilor, vor fi distribuite chestionarele de evaluare a cunoștințelor în domeniul proprietății intelectuale și a percepției fenomenelor de piraterie și contrafacerii, coordonate cu Ministerul Educației și Direcția Generală, Educație Tineret și Sport (DGETS) a mun. Chișinău. Elevii vor fi anunțați despre scopul sondajului efectuat și despre modalitatea și momentul completării chestionarului.

Până la începerea evenimentului, elevii vor avea posibilitatea vizitării expoziției produselor contrafăcute.

În general, fiecare întrunire va avea următoarea structură:

- Prezentarea unui spot video privind fenomenul de contrafacere (3 min.)
- Prezentarea în power-point, a informației privind esența fenomenelor de contrafacere și piraterie, riscurile și consecințele asupra tinerei generații, acțiunile de contracarare a acestor infracțiuni (35 min.). Discuțiile vor fi purtate în formă liberă, astfel încât să fie posibilă intervenția auditoriului la orice etapă

- Prezentarea unui spot video, în care mai mulți interpreți vor transmite un mesaj comun, care ar îndemna elevii să fie vigilenți în privința fenomenelor de contrafacere sau piraterie (3 min.)
- Completarea chestionarelor (15 min.)

La finalul întâlnirii, elevii:

- vor transmite chestionarele completate
- vor primi materiale promoționale
- vor fi anunțați despre posibilitatea participării în cadrul unui concurs de desen și poezie.

Laureații concursului, precum și câte un elev din fiecare instituție de învățământ participantă în activitățile organizate în cadrul Campaniei, vor fi invitați ulterior să participe la școala de toamnă.

9. REZULTATELE AȘTEPTATE

- Cunoștințe suplimentare privind importanța proprietății intelectuale
- Identificarea rapidă a elementelor de contrafacere și piraterie
- Reducerea utilizării produselor piratate și contrafăcute în rândul elevilor
- Obținerea informației privind percepția fenomenelor de contrafacere și piraterie.

Rezultatele sondajului de opinie vor fi cumulate de AGEPI într-un Raport consolidat privind cunoștințele și percepția tinerei generații asupra fenomenelor contrafacerii și pirateriei în Republica Moldova în cadrul instituțiilor de învățământ preuniversitar din mun. Chișinău, care va fi prezentat spre coordonare Ministerului Educației Direcției Generale, Educație Tineret și Sport a mun. Chișinău.

Raportul consolidat va fi prezentat public în cadrul unei conferințe de presă cu participarea reprezentanților AGEPI, Ministerului Educației și DGETS a mun. Chișinău și publicat pe paginile oficiale ale instituțiilor menționate.

10. PROGRAMUL DE IMPLEMENTARE

- Plan de acțiuni cu indicarea acțiunilor, persoanelor responsabile și a termenelor de realizare
- Bugetul Campaniei:
 - alocații din Bugetul AGEPI
 - sponsorizări ale titularilor de drepturi și ale asociațiilor acestora
 - asistență din partea organizațiilor internaționale
- Partenerii Campaniei:
 - instituții publice (Ministerul Afacerilor Interne, Serviciul Vamal)
 - titulari de drepturi și asociațiile acestora
 - persoane publice (compozitori, interpreți, scriitori, inventatori, oameni de afaceri)
 - organizații internaționale.