

*Plan de comunicare*  
*al Campaniei de sensibilizare a elevilor asupra*  
*fenomenelor contrafacerii și pirateriei în Republica Moldova,*  
*etapa II, 2018*

---

## 1. NECESITATEA ORGANIZĂRII CAMPANIEI

Respectarea drepturilor de proprietate intelectuală trebuie să devină o prioritate națională, să pătrundă în conștiința fiecărui cetățean ca o parte a culturii generale, să dezvolte stima și respectul față de proprietate în ansamblu.

O economie modernă este greu de imaginat fără proprietate intelectuală, activele imateriale ale corporațiilor ce activează în domeniul tehnologiilor avansate depășesc semnificativ activele materiale având o dinamică continuă de creștere. În topul celor mai faimoase branduri se regăsesc GOOGLE, MICROSOFT, IBM. Aceste companii dețin active imateriale de până la 95% din totalitatea patrimoniului corporativ.

Lupta concurențială generează noi obiecte de proprietate intelectuală, consumatorul recunoscând produsul preferat ce se asociază cu aceste obiecte, deseori, fără a cunoaște cine este producătorul și care este locul fabricării. Anume acest fapt face posibilă apariția fenomenului de contrafacere și piraterie. Pericolul major al acestui fenomen, constă în faptul că produsele contrafăcute reprezintă o imitație a celor originale în majoritatea cazurilor utilizându-se componente de o calitate inferioară, care nu corespund prescripțiilor tehnologice generând, pe această cale, un pericol sporit pentru viața și sănătatea consumatorilor.

Identificarea acestor produse este extrem de anevoioasă, fiind dificilă chiar și pentru specialiștii în domeniu. Specificul infracțiunii constă în faptul că deseori se utilizează tehnologii avansate și metode de afaceri moderne privind producerea și distribuirea bunurilor contrafăcute și piratate. Nu poate fi ignorat nici faptul că Internetul constituie un instrument extrem de eficient, prin intermediul căruia, structurile implicate în acțiunile de piraterie și contrafacere ajung mult mai rapid la utilizatorul final.

Nomenclatorul produselor contrafăcute și piratate este într-o continuă dinamică. Astfel, dacă în anii 90 erau contrafăcute și piratate, în special, obiectele de lux, îmbrăcămintea, muzica, filmele, software, actualmente practic toate obiectele de consum sunt afectate de fenomenul contrafacerii și pirateriei, inclusiv produsele alimentare, cosmetice, de parfumerie, piese pentru mijloacele de transport, jucării, electrocasnice sau medicamente. Prin urmare, contrafacerea afectează nu doar drepturile de proprietate intelectuală subminând activitatea doar a unor industrii, ci atentează direct la siguranța statelor, bugetelor acestora și la sănătatea cetățenilor, inclusiv a tinerei generații.

În acest context, este foarte important ca noile generații de tineri să fie bine informate și dispuse să sprijine lupta împotriva contrafacerii și pirateriei, ce constituie un obiectiv major al asigurării drepturilor omului, în mod special a celor de proprietate intelectuală, dreptul la sănătate etc. 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](http://www.stoppirateria.md/pdf/studiu_raport.pdf)), percepția generală a societății moldovenești este, deocamdată, una de necunoaștere și lipsă de informare.

---

Campaniile publice de sensibilizare a societății din 2012 și 2014 au fost o reușită și un prim pas spre schimbarea percepției consumatorilor finali asupra proprietății intelectuale, în general, și asupra contrafacerii și pirateriei și a consecințelor acestora, în mod special.

Grupul țintă al Campaniei de sensibilizare a elevilor asupra fenomenelor de contrafacere și piraterie organizată în anul 2014 a fost limitat la elevii claselor IX-XII din instituțiile de învățământ preuniversitar din mun. Chișinău.

În anul 2018 ne propunem organizarea **Campaniei de sensibilizare a elevilor asupra fenomenelor contrafacerii și pirateriei**, care va cuprinde elevii claselor IX-XII din instituțiile de învățământ preuniversitar din Republica Moldova. Această etapă va fi direcționată către școlile și liceele din raioanele țării, asigurând, la această etapă o 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) din Republica Moldova.

## **4. PERIOADA ORGANIZĂRII**

Campania va fi organizată pe parcursul anului 2018.  
Lansarea Campaniei va avea loc în luna martie 2018.

## **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 de 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 – 80-100 de instituții
- Numărul de elevi antrenați în acțiune – 60-80 de elevi /instituție
- Numărul de chestionare completate – 60-80 de chestionare/instituție

---

## **8. PLANUL DESFĂȘURĂRII ÎNTRUNIRILOR**

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 contrafacere, coordonate cu Ministerul Educației, Culturii și Cercetării și direcțiile raionale de învățământ. 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 creativitate.

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, organizată de AGEPI la Chișinău.

## **9. REZULTATELE AȘTEPTATE**

- Obținerea cunoștințelor suplimentare privind importanța protecției și respectarea drepturilor de proprietate intelectuală
- Identificarea rapidă de către elevi a elementelor de contrafacere și piraterie
- Reducerea utilizării de către elevi a produselor piratate și contrafăcute
- Obținerea informației privind percepția fenomenelor de contrafacere și piraterie în rândul elevilor.

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 Ministerul Educației, Culturii și Cercetării și direcțiilor raionale de învățământ.

Raportul consolidat va fi prezentat public în cadrul unei conferințe de presă cu participarea reprezentanților AGEPI, Ministerul Educației, Culturii și Cercetării și direcțiilor raionale de învățământ 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 financiară din partea partenerilor externi.
  
- 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.