29.10.2014 Evenimente

Campania de sensibilizare a elevilor asupra fenomenelor contrafacerii si pirateriei in Republica Moldova a fost organizata de catre AGEPI in cooperare cu Ministerul Educatiei al Republicii Moldova (MEd) si Directia Generala, Educatie Tineret si Sport (DGETS) in perioada 3 martie – 24 octombrie 2014.

Parteneri ai Campaniei au fost Mobiasbanca–Groupe Societe Generale, Shopping Malldova, Misiunea Uniunii Europene de Asistenta la Frontiera in Moldova si in Ucraina (EUBAM), Microsoft Moldova si Bestseller.md.

Prin aceasta actiune organizatorii si-au propus sa informeze si sa sensibilizeze tânara generatie, in special elevii claselor a IX-XII-a din cadrul institutiilor de invatamânt preuniversitar (licee, scoli de cultura generala) din mun. Chisinau despre riscurile si consecintele pe care le produce contrafacerea si pirateria asupra dezvoltarii economice, sociale si culturale a tarii.

Evolutia spectaculoasa, inregistrata in ultimii ani in domeniul tehnologiei informatiei si al retelelor de distributie, au sporit considerabil complexitatea si spectrul daunelor cauzate de fenomenele de contrafacere si piraterie. In acest context, formarea unei generatii de tineri bine informati si dispusi sa sprijine lupta impotriva contrafacerii si pirateriei, constituie un obiectiv determinant in procesul de asigurare a drepturilor. Practica din ultimii ani demonstreaza faptul ca, lipsa suportului din partea consumatorului final minimalizeaza substantial eforturile autoritatilor in combaterea acestor fenomene. Astfel, chiar daca cadrul legislativ national asigura, in mare parte, realizarea drepturilor titularilor, iar procesul de constituire a sistemului institutional s-a finalizat, totusi rezultatul final nu va fi realizat decât prin implicarea deplina a tuturor componentelor si actorilor din domeniu, in special din partea societatii. Conform experientei europene, societatea trebuie sa fie factorul determinant in combaterea fenomenelor de contrafacere si piraterie.

Astfel, in vederea atingerii scopului propus, organizatorii Campaniei au stabilit urmatoarele **obiective principale:**

- Ridicarea nivelului de cultura generala a elevilor referitor la proprietatea intelectuala;
- Ridicarea nivelului de constientizare de catre tânara generatie a necesitatii respectarii drepturilor de PI;
- Informarea tinerei generatii privind efectele negative ale contrafacerii si pirateriei;
- Conturarea perceptiei tinerei generatii asupra fenomenelor contrafacerii si pirateriei, precum si identificarea posibilelor cai de minimizare a acestora

Pentru indeplinirea obiectivelor Campaniei, organizatorii au utilizat un sir de produse si instrumente de marketing, inclusiv:

- lectie tematica privind esenta fenomenelor de contrafacere si piraterie, riscurile si consecintele asupra tinerei generatii, actiunile de contracarare a acestor infractiuni;
- prezentarea a 2 spoturi publicitare video privind fenomenele de contrafacere si piraterie;
- distribuirea pe parcursul campaniei a materialelor promotionale anticontrafacere si antipiraterie in rândul elevilor (rucsacuri, pixuri, carnetele, tricouri etc.);
- consultatii oferite elevilor pe parcursul campaniei cu privire la modalitatile de contracarare a contrafacerii si pirateriei;
- organizarea unei expozitii ambulante a produselor contrafacute in cadrul institutiilor de invatamânt;
- completarea unui chestionar de evaluare a perceptiei elevilor a acestor fenomene realizat in rândul elevilor privind atitudinea acestora fata de plagiat, piraterie sau contrafacere.

In vederea evaluarii rezultatelor Campaniei, organizatorii au stabilit un sir de indicatori de

performanta, care de facto au fost depasiti, printre care vom mentiona:

- Numarul institutiilor de invatamânt implicate in proiect – 68 (50 - plan);
- Numarul de elevi antrenati in actiune – 6400 (5000 - plan);
- Numarul de chestionare completate – 5854 (4500 - plan).

Fiecare elev participant la campanie a primit materiale promotionale anticontrafacere si antipiraterie, elaborate si procurate cu asistenta partenerilor, in total fiind distribuite – 29185 ex.

In cadrul Campaniei a fost organizat un sondaj de opinie privind cunostintele si perceptia tinerei generatii asupra fenomenelor contrafacerii si pirateriei in Republica Moldova. Continutul chestionarului a fost elaborat cu participarea Ministerului Educatiei si Directiei Generale Educatie, Tineret si Sport a mun. Chisinau.

Astfel, Sondajul a cuprins chestionarea a 5854 de liceeni. Potrivit rezultatelor sondajului, majoritatea elevilor cunosc semnificatia termenelor „piraterie”, „plagiat” si „contrafacere. Astfel, cca 78% din respondenti au raspuns ca „pirateria”, reprezinta „descarcarea ilegala a filmelor, muzicii, cartilor”, si doar 6% considera ca „pirateria este jefuirea corabiilor de catre pirati”. 68,6% dintre elevi au raspuns ca „plagiat” reprezinta „copierea unei opere si prezentarea ei drept creatie personala”, 27% din acestia au raspuns ca „plagiat” semnifica „incalcarea drepturilor morale ale autorului”.

Contrafacerea este perceputa de elevi prin reproducerea sau imitarea unui produs original in scop fraudulos (62,5%) si prin faptul ca produsul este necalitativ (31,2%). Totodata, cca 69% din respondentii sondajului considera ca „populatia cumpara produse contrafacute” constient pentru ca „costa mai putin”, 26,9% dintre acestia considera ca sunt „accesibile”, in timp ce aproximativ 11% din respondenti cumpara produse contrafacute „pentru ca lipsesc produsele autentice”. Fiind intrebati daca fenomenul contrafacerii este actual, aproximativ 71% dintre elevi au raspuns ca contrafacerea „exista in proportii mari”, 21,9% au raspuns ca exista in proportii mici si doar 7,2% din respondenti au raspuns ca nu exista.

La intrebarea care sunt cele mai solicitate obiecte ale drepturilor de autor si conexe descarcate de pe Internet, elevii au raspuns: imagini, muzica, filme si jocuri. Totodata, peste 30% de respondenti descarca imagini zilnic, 42% dintre acestia deseori descarca muzica, 47% dintre elevi rareori descarca programe de calculator, si doar 40% au raspuns ca niciodata nu au descarcat carti de pe Internet. Este imbucurator faptul ca fiind intrebati ce fel de softuri folosesc, ilegale sau licentiate, cca 37% dintre elevi au raspuns ca downloadeaza legal de pe Internet, 30% - ilegal, iar 20% - procura legal dintr-un magazin specializat, si doar 5% au raspuns ca folosesc softuri instalate ilegal, la momentul procurarii calculatorului.

La intrebarea „daca au suferit, cel putin o data, din cauza utilizarii ilegale a softurilor”, 46,8% din respondenti au raspuns - niciodata, iar 5% - au raspuns „foarte des”. Totodata, 57,2% descarca ilegal pentru ca este gratuit, 47,5% - pentru ca este accesibil , si doar 14% dintre respondenti au raspuns ca „nu cunosc ca descarcarea reprezinta o fapta ilegala”. In acelasi timp, fiind intrebati daca ar accepta sa plateasca pentru softuri licentiate, respondentii au raspuns ca ar accepta sa plateasca, iar 38,8% nu ar accepta deocamdata sa procure un soft licentiat.

Rezultatele studiului arata ca elevii constientizeaza faptul atunci când cumpara produse contrafacute. Astfel, fiind intrebati „daca au cumparat, cel putin o data, produse contrafacute”, 55,9% din respondenti au raspuns -DA, iar 18,8% - au raspuns cu NU. Totodata, 60,9% din cei care au cumparat constient nu au intreprins nimic, si doar 31,3% au intors produsul de unde l-au cumparat sau l-au schimbat, iar 7,8% au sesizat organele de control.

In final, elevii au mentionat ca, pentru a combate fenomenul pirateriei si contrafacerii, trebuie sa se reglementeze administrarea unor pedepse aspre pentru producatori si comercianti (46%) si sa fie mai ieftine produsele originale, ca acestea sa devina accesibile tuturor (37%), sa fie create conditii pentru descarcare legala la un pret accesibil (43%), utilizatorii sa fie informati despre riscurile contrafacerii si pirateriei (23%), iar 9 % au raspuns ca ar trebui sa fie perfectionat cadrul legislativ.

Din cele mentionate putem conchide ca rezultatele asteptate de organizatori urmare desfasurarii Campaniei au fost atinse, si anume:

- Elevii au acumulat cunostinte suplimentare privind importanta proprietatii intelectuale;
- Au obtinut deprinderi pentru identificarea mai rapida a elementelor de contrafacere si pirateriе;
- Se va reduce utilizarea produselor piratate si contrafacute in rândul elevilor;
- Au fost obtinute informatii relevante privind perceptia fenomenelor de contrafacere si pirateriе.

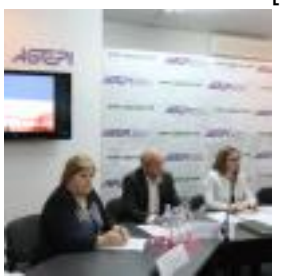
Rezultatele campaniei si a sondajului de opinie vor fi cumulate de AGEPI intr-un Raport privind cunostintele si perceptia tinerei generatii asupra fenomenelor contrafacerii si pirateriei in Republica Moldova, care va fi prezentat spre informare Ministerului Educatiei a Republicii Moldova si Directiei Generale, Educatie, Tineret si Sport a mun. Chisinau in vederea elaborarii unor recomandari catre institutiile de invatamânt preuniversitar din republica privind completarea curriculei unor discipline de studii cu informatii si notiuni generale din domeniul proprietatii intelectuale.

In conformitate cu Planul de desfasurare a Campaniei, pentru cei mai activi elevi din liceele mun. Chisinau a fost organizata o tabara de toamna (zi de informare). Programul taberei a prevazut familiarizarea elevilor cu activitatea AGEPI, organizarea unor vizite de studiu la S.A. Viorica Cosmetic pentru a lua cunostinta de procesul de inovare si branding, si la postul de televiziune TV7 pentru a se documenta referitor la procesul de creare si valorificare a filmelor si fonogramelor.
Sondaj de opinie "Atitudinea elevilor privind fenomenul contrafacerii si pirateriei" [1]

(Serviciul de presa AGEPI)

Ataşament	Mărime
Sondaj-de-opinie.pdf [1]	6.02 MB


[2]


[3]


[4]


[5]


[6]


[7]


[8]


[9]


[10]


[11]


[12]


[13]


[14]


[15]


[16]


[17]


[18]


[19]


[20]

URL sursă: https://agepi.md/ro/news/comunicat-de-presa-rezultatele-campaniei-de-sensibilizare-elevilor-din-mun-chisinau-asupra