

Raport privind rezultatele Campaniei de informare în rândul copiilor din taberele de vară din municipiul Chișinău asupra riscurilor contrafacerii și pirateriei

Campania de informare în rândul copiilor din taberele de vară din municipiul Chișinău asupra riscurilor contrafacerii și pirateriei, a fost organizată de către Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală (AGEPI) în perioada lunilor iunie-august 2023, conform Ordinului Directorului general al AGEPI nr. 68 din 05.06.2023.

Această Campanie de informare face parte din obiectivul 1.1.2. din Planul de activitate al Agenției de Stat pentru Proprietatea Intelectuală pentru anul 2023 (pct. 3), aprobat prin Ordinul Directorului general al AGEPI nr. 204 din 30.12.2022, care vizează promovarea respectului pentru drepturile de proprietate intelectuală prin intermediul unui set de măsuri preventive și de conștientizare. De asemenea, această acțiune se încadrează în obiectivele Observatorului respectării drepturilor de proprietate intelectuală, instituit la data de 29.07.2011, prin ordinul Directorului general al AGEPI.

Campania de informare a fost derulată în **patru tabere de vară pentru copii din Chișinău**: Centrul Republican pentru Tineret și Copii „ARTICO”, Centrul Educațional „Vibe Academy”, Academia de Programare și Tehnologii Creative pentru Copii „Impact Academies&Camps” și Smart Start Kids Academy.

Scopul principal al campaniei a fost de a informa și a crește gradul de conștientizare în rândul copiilor cu privire la fenomenele de contrafacere și piraterie și la riscurile negative asociate acestora, precum și de a dezvolta înțelegerea și respectul față de drepturile de proprietate intelectuală.

Activitățile planificate în cadrul Campaniei au fost organizate în sălile taberelor de vară, în cadrul cărora au fost oferite materiale promoționale și susținute prelegeri cu o durată de 60 de minute. În calitate de lectori au participat Eugeniu RUSU, Director general al AGEPI, Natalia MOGOL, Directoare generală adjunctă a AGEPI, Andrei MOISEI, consultant principal, Secția comunicare și instruire, și Alina FODEA, specialistă principală, Secția comunicare și instruire.

Campania a debutat pe 12 iunie la **Centrul Republican pentru Tineret și Copii „ARTICO”**. Pentru AGEPI, aceasta a fost prima experiență cu copiii atât de mici. La primele lecții, au participat copiii cu vârste între 5 și 8 ani, dar s-a constatat că informația furnizată era prea complicată pentru cei mai mici, în special pentru cei de 5-6 ani. Prin urmare, s-a luat decizia de a conveni cu reprezentanții Centrului „ARTICO”, ca beneficiarii sesiunilor de informare să aibă vârsta cuprinsă între 7-12 ani și, respectiv, a fost ajustată și prezentarea pentru a fi mai ușor înțeleasă de copii.

Inițial, în cadrul Centrului Republican pentru Tineret și Copii „ARTICO”, au fost planificate 12 sesiuni de informare, dar, dat fiind faptul că prezentările au avut un impact pozitiv asupra copiilor, organizatorii taberei de vară au solicitat să efectuăm suplimentar încă 8 sesiuni. Campania de informare în această tabără s-a încheiat cu un total de 20 de lecții, la care au participat 553 de copii cu vârsta cuprinsă între 5 și 14 ani.

În colaborare cu **Centrul Educațional „Vibe Academy”**, au fost organizate două sesiuni de informare la care au participat 34 de copii cu vârste cuprinse între 7 și 11 ani. Experiența a

fost deosebit de plăcută. S-a remarcat cu entuziasm creativitatea și interesul copiilor manifestate față de subiectele prezentate.

Cu tabăra de vară pentru copii „**Impact Academies&Camps**”, colaborarea a început în luna iunie, cu deplasarea în patru centre de copii și desfășurarea a 9 lecții. Această experiență a implicat adaptarea predării în limba rusă, editarea prezentărilor în limba rusă și redactarea chestionarelor pentru a se potrivi participanților care vorbesc această limbă, precum și adaptarea instruirii la diversitatea de vârste, inclusiv prezența copiilor cu vârste cuprinse între 12 și 16 ani.

În tabăra de vară „**Smart Start Kids Academy**” au fost susținute două lecții interactive cu 15 copii cu vârsta cuprinsă între 6 și 11 ani.

Campania a fost finalizată pe data de 23 august, cu un total de 33 de lecții de informare, la care au participat 728 de copii.

În cadrul campaniei a fost organizată o mini expoziție cu produse contrafăcute oferite de către Serviciul Vamal, cu scopul de a dezvolta abilitățile copiilor de a le recunoaște. Copii au fost foarte curioși să afle cum poate fi deosebit un produs autentic de unul contrafăcut, care sunt riscurile utilizării produselor contrafăcute, de asemenea ei au participat activ atunci când au fost rugați să identifice produsul autentic.

Copii, care au participat la sesiunile de informare, au fost foarte interesați de modul cum își pot proteja creațiile, unii dintre ei fiind autori de poezii, picturi și desene, bloggeri sau creatori de conținut video.

De asemenea, pe parcursul desfășurării Campaniei, au fost distribuite chestionare pentru a evalua percepția copiilor cu privire la fenomenele de contrafacere și piraterie. **În total, au fost completate 724 de chestionare.**

Analizând răspunsurile primite, putem identifica lacunele în cunoștințele copiilor, ceea ce ne va ajuta să adaptăm strategiile și materialele educaționale și de informare în viitor.

În continuare prezentăm câteva dintre **rezultatele chestionarelor**:

- 55,4% dintre copii au răspuns că produsele contrafăcute sunt de calitate slabă, în timp ce 28,4% au afirmat că sunt copii ale produselor autentice, iar 16,2% au considerat că provin din Asia.
- La întrebarea despre cum se deosebește un produs autentic de unul contrafăcut, majoritatea copiilor au ales toate cele trei variante corecte: calitatea proastă a ambalajului sau lipsa acestuia, vânzarea de către persoane suspecte în locuri neautorizate și prețul extrem de mic.
- 64% dintre respondenți au considerat că produsele contrafăcute pot conține componente ofensive, deoarece producătorul este necunoscut.
- În ceea ce privește postarea unei fotografii făcute de un prieten pe Facebook, 88,2% dintre copii au înțeles că trebuie să ceară permisiunea autorului.
- Motivele pentru care unii copii aleg să copieze de pe internet includ: este mai simplu și sunt mai bine apreciați de profesor (40%), lipsa încrederii în propria creație (32,4%) și lipsa timpului pentru a crea propriul conținut (27,6%).

- La întrebarea privind frecvența copierii de pe internet, părerile au fost împărțite aproape egal: 44% au răspuns că nu au copiat niciodată, iar 44,4% au spus că o fac doar uneori.
- La ultima întrebare cu privire la remunerarea autorilor pentru creații, majoritatea (66,6%) au afirmat că cei care utilizează creațiile ar trebui să plătească autorilor.

În cadrul campaniei, **au fost distribuite materiale informative** și educative, inclusiv seturi de benzi desenate cu informații despre brevete de invenție, mărci și drepturile de autor în număr de 2295 de bucăți, pliante „Stop Pirateria și Contrafacerea” – 765 de exemplare, carnete „Stop Pirateria și Contrafacerea” - 765 și pixuri - 765, oferindu-se aceste materiale drept cadouri copiilor prezenți.

În concluzie, putem afirma că această Campanie de informare asupra riscurilor contrafacerii și pirateriei în rândul copiilor din taberele de vară din municipiul Chișinău a fost un succes și a avut un impact semnificativ asupra copiilor, contribuind la creșterea gradului lor de conștientizare cu privire la respectarea drepturilor de proprietate intelectuală și riscurile asociate contrafacerii. Rezultatele obținute vor servi ca bază pentru dezvoltarea viitoarelor strategii și materiale educaționale în acest domeniu.