

Советы юриста



Ольга Зеленская

Как бороться с нарушением прав на товарные знаки в интернет-торговле

По экспертным оценкам, в 2017 г. онлайн-продажи в рунете достигнут 1,1 трлн руб., или 17 млрд евро. Вместе с ростом интернет-торговли сильно возросла доля незаконного использования товарных знаков конкурирующими интернет-магазинами. Наибольшая часть поддельной продукции класса люкс – табака, элитного алкоголя, электронных гаджетов, одежды, обуви, часов и т. д. – реализуется именно через интернет и с незаконным использованием товарных знаков оригинального производителя. Кроме того, правообладатели сталкиваются с киберсквоттерами – предприимчивыми российскими компаниями, которые «случайно» зарегистрировали доменное имя в интернете, полностью повторяющее товарный знак или название нового продукта.

Проблема в том, что в цифровом пространстве товары и продавцы физически не присутствуют, поэтому пресекать нарушения права на товарный знак в интернете значительно труднее, чем в офлайне. Практика показывает, что наибольший процент судебных отказов в защите прав связан с тем, что правообладатель упустил возможность своевременно собрать нужные доказательства.

■ Самые распространенные нарушения прав: магазины используют без согласия владельцев брендов их товарные знаки, чтобы продвигать свои услуги и продукцию конкурентов, продают контрафактные товары или серы импорт. Эти нарушения обрели массовый характер потому, что потребители в интернете не имеют возможности непосредственно увидеть товар, а также установить продавца и производителя до момента покупки. Недобросовестные интернет-магазины выбирают доменные имена и названия страниц в соцсетях, сходные с наименованиями оригинальных брендов и производителей. Доменное имя не является объектом исключительного права и самостоятельно не охраняется. Но суды учитывают момент регистрации доменного имени и начала использования спорного сайта. Поэтому правообладателю первым делом надо проверить, когда доменное имя и интернет-магазин начали использоваться конкурентом. Он может обратиться к общедоступному электронному сервису проверки доменов, сервисам архивации интернет-сайтов, а также истории страниц интернет-магазина в социальной сети.

■ Выявив незаконное использование товарного знака в рунете, правообладателю нужно нотариально зафиксировать содержание сайта, а также произвести закупку товаров или услуг нарушителя, предлагаемых на сайте. Нельзя откладывать обращение к нотариусу, поскольку в дальнейшем нарушитель может временно удалить спорное обозначение либо предложение о продаже спорных товаров.

Полученные при закупке товарово-проводительные документы и образец товара позволят доказать связь между фактической коммерческой деятельностью нарушителя и интернет-магазином.

■ Нужно установить личности нарушителей. Обычно это владелец интернет-магазина и администратор доменного имени сайта. На практике это часто разные люди. Сведения о владельце интернет-магазина можно узнать из товаросопроводительной документации, полученной при закупке товара, контактной информации на самом сайте и в соцсети.

Важной задачей является установление администратора доменного имени сайта, поскольку именно он обладает техническими возможностями пресечь незаконное использование товарного знака. Проще всего сделать это, направив адвокатский запрос регистратору доменного имени. Однако если речь идет о доменном имени третьего уровня, закон не обязывает лиц, регистрирующих домены третьего уровня, собирать и хранить достоверные сведения об их администраторах. Тогда нужно привлекать к ответственности владельца интернет-магазина, которому, безусловно, известна личность администратора доменного имени, а также обратиться в правоохранительные органы.

■ В случае с серым импортом самой действенной защитой является первоначальное внесение правообладателем своего товарного знака в Таможенный реестр объектов интеллектуальной собственности. В случае попытки ввоза товаров, маркированных товарным знаком, таможенные органы приостанавливают ввоз таких товаров и извещают об этом правообладателя. При этом большая часть необходимых для защиты доказательств уже будет предоставлена таможенными органами и правообладателю останется своевременно обратиться в суд.

■ Другой вид нарушения прав на товарный знак – киберсквоттинг. Речь идет о регистрации красивых и узнаваемых доменных имен, сходных с названиями известных торговых марок, с целью их последующей перепродажи правообладателям. Признаком того, что правообладатель столкнулся с киберсквоттингом, является содержание сайта: он либо пустой, либо содержит нейтральный контент, не связанный с предпринимательской деятельностью, или предложение о продаже доменного имени.

Для победы над киберсквоттером правообладателю необходимо собрать доказательства недобросовестности лица, включая отсутствие у него цели использовать доменное имя по прямому назначению. Основными доказательствами также станут нотариальная фиксация сайта, доступного по такому доменному имени, а также письменные документы, содержащие возможные обращения сквоттера к правообладателю с предложениями о продаже. Самая эффективная защита – это действие супрежедием. В качестве доменных имен сквоттеры регистрируют также наименования новых продуктов либо продуктов, получивших широкую популярность на рынках иных стран, но еще не продающихся в России, а также запатентованные элементы рекламных кампаний. Поэтому производителям еще на стадии запуска новых продуктов и рекламных кампаний необходимо выявлять наиболее яркие элементы и заранее регистрировать их в качестве товарных знаков.

Автор – адвокат адвокатского бюро «Андрей Горюцкий и партнеры»

Внештатные ситуации

Стартапы в США озабочены тем, как удержать временных работников и внештатных подрядчиков. Людей уже не устраивают разовые подработки без льгот и бонусов

Келси Джи

THE WALL STREET JOURNAL

Uber Technologies, Instacart и другие компании ищут способы привлечь и удержать временных работников, которые подвозят пассажиров, покупают продукты по заказу пользователей приложения и доставляют еду из ресторанов, заказанную онлайн. Многие из этих людей уже не удовлетворены разовыми подработками.

Экономика свободного заработка (gig economy) зародилась после мирового финансового кризиса 2008 г., когда было легко найти желающих на временные подработки. Сейчас конкуренция за работников ужесточилась. И стартапам приходится предоставлять больше льгот, бонусов и дополнительных привилегий временным работникам. Некоторые даже стали предлагать таким работникам места в штате.

Компания Uber в июле обновила свое приложение, добавив возможность водителям получать чаевые от клиентов. Кроме того, в партнерстве с Aon она запустила пилотный проект страхования от несчастных случаев на рабочем месте. В июне Uber обещала разработать программу, помогающую водителям перейти на по-

зиции с полной занятостью в компании. По словам представителя Uber, более 100 водителей в США были наняты в службу поддержки клиентов.

Конкурент Uber, компания Lyft, в 2015 г. запустила многоэтапную программу привилегий, по которой водители могут получить услуги управления налогами, здравоохранения и ремонта автомобилей в зависимости от числа совершенных поездок.

Чтобы привлечь работников, компании предлагают им бонусы при подписании контракта. Служба доставки Postmates платит от \$50 до \$200. Бонусы новых водителей Uber в Сан-Франциско недавно достигли \$1000, водителей Lyft – \$800. Они получают бонусы и за привлечение в компанию новых водителей.

Проведенный в 2015 г. анализ работников Uber показал, что 45% новых водителей удалились из приложения в первый год работы. Эта цифра осталась неизменной и в исследовании 2016 г.

Более половины работников уходят из «экономики свободного заработка» в течение года, следует из

доклада JPMorgan Chase Institute. Дополнительные льготы временным работникам могут помочь сгладить провалы в сервисе, вызванные текучкой среди них, полагает Дженифер Фонстад, соосновательница венчурной фирмы Aspect Ventures.

Компаниям могут грозить судебные иски, если они не будут относиться к фрилансерам и временным работникам так же, как к штатным сотрудникам, которым льготы и защита положены по закону, предупреждает юрист фирмы Barnes & Thornburg Скотт Витлин. Такие приятные мелочи, как скидки на оплату мобильной связи или рекомендации воспользоваться доступными услугами компаний-партнеров удержат бизнес в безопасном правовом поле, считает он.

Стартап из Сан-Франциско DoorDash, предлагающий услуги по доставке еды, обеспечил медицинскую страховкой 100 000 вольнонаемных курьеров. Компания предлагает курьерам мопеды в лизинг за небольшую плату, рассказал генеральный директор DoorDash Тони Сюй. В компании рассчитывают, что это поможет удержать опытных сотрудников.

Стартап в ближайшие месяцы начнет предлагать своим внештатным шоферам (делающим покупки по заказу клиента) скидки на мобильную связь. Кроме того, компания начала приглашать их на собрания, где они могут услышать сообщения руководства о динамике развития компании и задать вопросы.

ПЕРЕВЕЛА АНАДЖДА БЕЛИЧЕНКО

Электронный наниматель

4% ЗАНЯТЫХ в США, или 6 млн человек, по данным доклада McKinsey Global Institute от 2016 г., зарабатывали на жизнь, выполняя временную работу через приложения и платформы

**ВЕДОМОСТИ**  
ежедневная • еловая газета

Читайте газету «Ведомости» в вагонах бизнес-класса поездов РЖД:

САПСАН Москва – Санкт-Петербург  
Поезда **Федеральной пассажирской компании** из Москвы в Казань, Самару, Ростов-на-Дону, Новороссийск, Нижний Новгород, Аглер, Череповец, Хельсинки  
**АЭРОЭКСПРЕСС** в Международные аэропорты Москвы – Внуково, Домодедово, Шереметьево

Спасибо, что выбираете нас!

+7 (495) 232-17-53 horeca@vedomosti.ru