РЕПУТАЦИЯ

ДЕЛОВАЯ

16+



№3

31 МАРТА
2023 ГОД

За успехами компании – талант руководителя

20

iNdex

Б
Бикбулатов И. 14
Ботников А. 48
Бречалов А. 9

В
Ватулин В. 9
Вылегжанин О. 15

Г
Гебель С. 40

Д
Дьячкова Е. 47

Е
Езикеева О. 19
Еланцева М. 30

Ж
Жалило Б. 36
Жалнин А. 29

З
Зиннатуллина Е. 47

К
Капсудин Е. 22
Коробешко Л. 50
Курылёв А. 15, 19
Куц Г. 31

Л
Леонтьев Е. 30
Люлин П. 46

М
Медведев С. 20
Мерзляков А. 27
Мурашко М. 9
Мурашов А. 16

О
Обухов С. 19
Осколков А. 14
Осянин Д. 38

П
Пастухов А. 26
Песков В. 14
Петухов А. 17
Пинчук Э. 6
Пудова Е. 46
Путин В. 9

С
Сидорак В. 18
Синицына Ю. 28
Сираев Н. 11
Смирнов В. 30
Сунцов К. 34

Т
Телицына Е. 27
Темников С. 33
Темникова Т. 33
Трубицына Е. 47
Тюрин Ю. 14

Ф
Фетисов В. 47
Фефилов А. 11

Х
Хабибуллин Р. 15
Хорошавцев В. 14

Ч
Чепурина О. 30
Чинейкин С. 12

Ш
Шарифуллина И. 47

Р
Pasta ..... 2 обл.
Penthouse 25
PROFILDOORS 45

W
Welcome Group ..... 41, 3 обл.

А
Апекс 46

Б
Берёзка 55
БлагоДар 48

Д
Деловая Удмуртия 14, 16, 17, 18, 19
Домашняя кухня 11

Л
Любимый сыровар 53

Н
неГорький сад 56

Р
Регион-Подряд ..... 4 обл.
Росатом 12
Роснефть 19

С
Стрела 20

Т
ТВЭЛ 12
Темников мебель 33

У
Удмуртнефть 19

Х
Хлынов 3

Ч
ЧМЗ 12

Я
Яхта 63

Учредитель ООО «Медиа Группа «Парацельс».

РЕПУТАЦИЯ ДЕЛОВАЯ

3 (851) 31 марта 2023

Победитель конкурса «Предприниматель года-2009» в номинации «Издательская деятельность, полиграф. услуги и реклама».

Журнал «Деловая Репутация» призер конкурса «Бренд года-2010» в номинации «Услуги и сервис».

Директор
Лариса Чинькова
boss@paracels-pr.ru

Заместитель директора по развитию
Ирина Мусская
mreclama@paracels-pr.ru

Главный редактор
Александр Михайлович Бадица
gr-repinlife@paracels-pr.ru

Выпускающий редактор
Ирина Комлева
ivk@paracels-pr.ru

Редактор раздела PROжизнь
Наталия Урматских

Обозреватели:
Ирина Комлева
Лилия Чех
Анастасия Грибкова
Екатерина Морозова

Отдел по работе с клиентами:
Екатерина Корепанова
eakorepanova@paracels-pr.ru
Татьяна Булдакова
buldakova@paracels-pr.ru
Анна Кузнецова
kaa@paracels-pr.ru

Оформление:
Юрий Заякин
Юрий Мильчаков

Корректор
Надежда Минеева

Издание зарегистрировано Управлением Федеральной службы по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия по Приволжскому федеральному округу. Наименование СМИ – журнал *«Деловая Репутация»*. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС 18–3436 от 05.07.07 г. Адрес издателя, редакции: 426011 Удмуртская Республика, г. Ижевск, переулок Северный, 61, офис 28. Тел.: (3412) 64-64-67, 64-64-70. Телефоны рекламной службы: (3412) 64-64-67, 64-64-70. Сайт: repinlife.ru. Тираж 7000 экз.
Отпечатано в типографии «Астер» (Индивидуальный Предприниматель Дудкин Василий Александрович). Адрес: 614090 Пермский край, г. Пермь, ул. Емельяна Ярославского, 42-10, тел. 8 (342) 249-54-88.

16+

При перепечатке материалов ссылка на журнал обязательна. Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов. Мнение автора может не совпадать с мнением редакции. Товары и услуги, рекламируемые в журнале, подлежат обязательной сертификации. Подписной индекс издания: на год – 82430, на полгода – 12713. Свободная цена.

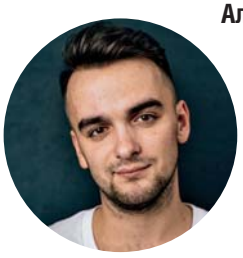
В номере использованы фотографии, предоставленные пресс-службой главы и правительства Удмуртской Республики и авторами материалов.

Номер подписан в печать 24 марта 2023 года в 18.00



БЕЗ ПРАВА НА ОШИБКУ

Вопросы защиты интеллектуальной собственности – результатов творческой, научной, промышленной деятельности – одни из самых непростых для бизнеса. Кто-то сам намеренно или «случайно» нарушает «закон об интеллекте», кто-то несёт финансовые потери из-за неэффективного управления своими нематериальными активами. Как компаниям, реализующим продукцию с «чужим лицом», не попасть под риски, а бизнесу, имеющему товарные знаки, авторские права, защитить интересы?



Алексей ПАСТУХОВ,
руководитель направления интеллектуальной собственности и корпоративного права Юридической Группы «Совет», Ижевск:

– При использовании или копировании чужих товарных знаков, изображений персонажей из мультфильмов, «мемов», видеоигр и иных объектов, которые относятся к объектам авторского права, предприниматель рискует получить от правообладателя требование о выплате компенсации.

НЕОБХОДИМО ХОДАТАЙСТВОВАТЬ О СНИЖЕНИИ РАЗМЕРА КОМПЕНСАЦИИ, СУДЫ НА ЭТО ИДУТ

Если предприниматель нарушит права на чужой товарный знак или персонажа, размер компенсации составит от 10 тыс. руб. до 5 млн руб. в зависимости от объёма нарушенных прав. Либо правообладатель вправе заявить компенсацию в двукратном размере стоимости товара, на который нанесён товарный знак. Например, если предприниматель нанёс на партию велосипедов чужой товарный знак, продал 10 таких велосипедов по 20 тыс. руб. за каждый, размер компенсации может составить 400 тыс. рублей.

Помимо компенсации, нарушителя могут привлечь к административной ответственности, наложить штраф до 200 тыс. руб., изъять контрафактную продукцию.

Если предприниматель намерен продавать товары с чужим товарным знаком или персонажем, то

ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ ИЛИ КОПИРОВАНИИ ЧУЖИХ ТОВАРНЫХ ЗНАКОВ, изображений персонажей из мультфильмов, «мемов», видеоигр и иных объектов, которые относятся к объектам авторского права, предприниматель рискует получить от правообладателя требование о выплате компенсации.

прежде стоит задуматься о приобретении товаров только у лицензированных поставщиков либо о закупке товаров напрямую у правообладателя. Либо о заключении с правообладателем лицензионного соглашения, по которому он получит право самостоятельно производить продукцию с желаемым товарным знаком или персонажем.

При получении претензии нужно немедленно прекратить продажу контрафактного товара, сообщить об этом правообладателю и предпринять попытки договориться мирным путём, так как есть шанс, что правообладатель откажется от требования выплаты компенсации и не будет обращаться в суд (а это может повлечь в будущем дополнительные расходы для нарушителя).

Если анализировать судебную практику по таким делам, которая есть в Удмуртии, можно сказать, что размер компенсации за копирование персонажей составляет в среднем 100 тыс. руб. по каждому факту нарушения прав. Чаще всего встречаются обращения в суд правообладателей персонажей AngryBirds, «Смешариков», «Маши и Медведя».



Андрей МЕРЗЛЯКОВ,
общественный деятель, Ижевск:
– Контрафактная продукция существенно тормозит развитие лицензионного рынка, урезает прибыль правообладателей. Любая компания, которая имеет право на продукт, может обратиться в суд, если посчитает свои права нарушенными. И здесь возникает вопрос: почему бизнес, реализующий товары с изображениями известных мульт-, киноперсонажей, чужими товарными знаками, логотипами, которые являются результатами интеллектуальной деятельности, не защищает себя юридически. Здесь всё очевидно: если у продавца нет официального разрешения на продажу товара с «чужими» изображениями, правообладатель придёт и потребует компенсацию.



Думаю, причина такого поведения бизнеса – низкий уровень правовой грамотности либо банальное нежелание владельцев, специалистов компаний разбираться в вопросах права. Но отсюда вытекает ещё одна проблема: сложное нормативно-правовое регулирование сферы, связанной с ОИС. Грамотно «читать нормативку», а тем более эффективно её применять под силу далеко не всем.

Необходимо проводить для предпринимательского сообщества разъяснительную, если хотите – просветительскую работу. Это во многом – задача государства.

Если вас всё же впервые привлекли к ответственности за нарушение исключительных прав на товарные знаки, не устраняйтесь от участия в судебном процессе. Необходимо ходатайствовать о снижении размера компенсации, суды идут на это – знаю по своей практике. Я участвовал в процессах, когда правообладатели просили 200–250 тыс. руб., компании-продавцу удавалось снизить выплату до 20–25 тыс., то есть примерно в десять раз.

Елена ТЕЛИЦЫНА,
генеральный директор
ООО «Новый дом», Ижевск:
– В то время как ритейлеры сталкиваются с претензионными проблемами, вызванными «случайным» или же вполне осознанным нарушением исключительных прав правообладателей, мы как производители испытываем более серьёзные трудности с защитой собственных прав. Продавцы могут проверить документы на приобретаемую продукцию, уточнить информацию о производителе и лицензиате и пр. У нас – ограниченный функционал для отстаивания своих интересов. Да, для таких компаний, как наша, есть система патентования технических решений, внедрённых инноваций. Но если организация регистрирует патент, удостоверяющий исключительное право, авторство продукции, она вынуждена раскрывать много нюансов, уникальную коммерческую информацию. Недобросовестные предприниматели могут воспользоваться такими данными, начать развивать свой бизнес – бизнес на чужих идеях. В России по-прежнему не распространена практика правильного оформления и учёта нематериальных активов компаний, отсюда – проблемы с защитой интеллектуальных прав. Многие компании не пользуются инструментом патентования именно по этим озвученным причинам.

ЕСЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ НАРУШИТ ПРАВА НА ЧУЖОЙ ТОВАРНЫЙ ЗНАК ИЛИ ПЕРСОНАЖА, РАЗМЕР КОМПЕНСАЦИИ – ОТ 10 ТЫС. РУБ. ДО 5 МЛН РУБ. В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ОБЪЁМА НАРУШЕННЫХ ПРАВ

ПОМИМО КОМПЕНСАЦИИ, НАРУШИТЕЛЯ МОГУТ ПРИВЛЕЧЬ К АДМИНИСТРАТИВНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ, НАЛОЖИТЬ ШТРАФ ДО 200 ТЫС. РУБ., А ТАКЖЕ ИЗЪЯТЬ КОНТРАФАКТНУЮ ПРОДУКЦИЮ

У нас уже были ситуации, когда нарушалось исключительное право компании на изобретения, промышленные образцы. Мы хорошо знали, кто участвовал в цепочке купли-продажи, но, как стороннее, «лишнее» в этом деле лицо, ничего сделать не могли. Во многом здесь роль играет недостаточность правовых знаний, но в целом, я считаю, корень проблемы – в несовершенстве законодательства.

Другой вопрос: как компании защитить интеллектуальную собственность от бывших сотрудников? Многие работодатели не задумываются о том, что плоды труда их работников – это зачастую объекты авторского права, относящиеся к интеллектуальной собственности компании. В своём новом бизнесе или в другой организации экс-сотрудники могут применять те уникальные наработки, которые были сгенерированы на прошлом рабочем месте. И здесь тоже – вопрос в недостаточности юридической осведомлённости самих работодателей, а также в слабом законодательном регулировании, которое пока не может полноценно защитить нанимателей от «интеллектуальных войн» с бывшими сотрудниками.

Кстати, такие риски минимизированы для предприятий ОПК: законодатель подумал о стратегических для государства субъектах экономики. Теперь, полагаю, пришло время подумать и о бизнесе, представителях предпринимательского сообщества, которые занимаются интеллектуальными разработками, ноу-хау, особенно на фоне поставленных задач по технологическому суверенитету государства.

В целом в России бизнесу пока невыгодно заниматься высокоинтеллектуальной деятельностью, развитием умных, высокотехнологичных производств. Он мало защищён от утечки информации, потенциальных нарушителей, посягающих на охраняемые законом результаты интеллектуальной деятельности. Ситуацию надо менять.



Юлия СИНИЦЫНА,
заместитель директора по правовым вопросам в ИТ-компании, член Совета ТПП РФ по интеллектуальной собственности, налоговый консультант в сфере ИТ, Москва:

– Мультгерои охраняются авторским правом как часть произведения (ст. 1259 ГК РФ) и правом на товарный знак (в случае, когда они зарегистрированы в качестве товарного знака). Если предприниматель продаёт игрушки, одежду, другие товары и продукты с героями мультфильмов без разрешения правообладателя, на него могут подать в суд и потребовать компенсацию за незаконное использование интеллектуальной собственности.

Что касается использования товарного знака (логотипа) другого бренда без разрешения, то товары, этикетки, упаковки товаров, на которых незаконно размещены товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение, являются контрафактными.

Суд оценивает, какой ущерб был нанесён истцу (какая партия произведена, сколько продано и т. д.), и по своему усмотрению устанавливает компенсацию.

Согласно ст. 1301 ГК РФ, за нарушение авторского права выплачивается аналогичная компенсация, как и за товарный знак.

Также правообладатель может написать жалобу о нарушении, и будут заблокированы сайт, аккаунты в соцсетях и мессенджерах нарушителя (ст. 1252 ГК РФ).

Правообладатель вправе одновременно требовать взыскать компенсацию и за нарушение авторского права, и за незаконное использование товарного знака. Также может обратиться в полицию, ФАС, Роспотребнадзор с заявлением на нарушение закона о рекламе (штрафы согласно ст. 14.10 КоАП РФ), подать ситуацию, как введение потребителей в заблуждение, недобросовестную конкуренцию (штраф 100–500 тыс. руб. по ст. 14.33 КоАП РФ).

Также правообладатель может написать жалобу о нарушении, и будут заблокированы сайт,



ЕСЛИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬ НАМЕРЕН ПРОДАВАТЬ ТОВАРЫ С ЧУЖИМ ТОВАРНЫМ ЗНАКОМ или персонажем, ему стоит задуматься о приобретении товаров только у лицензированных поставщиков либо о закупке товаров напрямую у правообладателя. Или о заключении лицензионного соглашения.

аккаунты в соцсетях и мессенджерах нарушителя (ст. 1252 ГК РФ).

Он может одновременно требовать взыскать компенсацию и за нарушение авторского права, и за незаконное использование товарного знака.

Также у него есть право обратиться в полицию, ФАС, Роспотребнадзор с заявлением на нарушение закона о рекламе (штрафы согласно ст. 14.10 КоАП РФ), введение потребителей в заблуждение, недобросовестную конкуренцию (штраф 100–500 тыс. руб. по ст. 14.33 КоАП РФ).

Если предприниматель нарушал интеллектуальные права неоднократно или причинил крупный ущерб (крупным для данного правонарушения признаётся ущерб свыше 250 тыс. руб.), то это уже уголовно наказуемое деяние (п. 1 ст. 180 УК РФ), и наказание уже может быть в виде лишения свободы на срок до двух лет и штрафа до 80 тыс. рублей.

Как бизнесу себя обезопасить:

- Заранее узнать, есть ли разрешение от правообладателя (лицензия). Это можно уточнить напрямую у правообладателя (проверить сайт, обычно указываются официальные партнёры-производители и продавцы, запросить копию лицензионного договора).
- Предусмотреть в договоре с продавцом заверение в добросовестности, а также возмещение ущерба в случае взыскания штрафов и компенсаций за нарушение прав на интеллектуальную собственность.

Аналогичная защита авторского права и товарных знаков – это мировая практика. И сейчас мы наблюдаем распространение основных принципов защиты не только на традиционные товары и услуги, но также и на виртуальные товары для использования в Метавселенных, NFT. В судебной практике на данный момент знаковым является дело Rothschild (MetaBirkins) vs Hermös. 8 февраля 2023 года Окружным судом США Южного округа Нью-Йорка было вынесено решение в пользу известного бренда Hermös: признали незаконным использование интеллектуальной собственности модного дома в работах художника, оформленных в виде NFT.



Александр ЖАЛНИН,
руководитель гражданской практики юридической компании «Гебель и партнёры»:

– Продавать копии оригинальных товаров, на которых незаконно изображён чужой товарный знак, то есть логотип или лейбл, нельзя. С точки зрения закона так называемые «реплики» – контрафакт.

Если товарный знак зарегистрирован в Роспатенте, то логотип, название, слоган, символы бренда охраняются законом. Без разрешения правообладателя, выраженного в лицензионном договоре или договоре коммерческой концессии, их использование запрещено.

Если срок действия исключительного права вышел и его не продлили, товарный знак можно забрать себе и стать единственным правообладателем после перерегистрации. Однако перед этим следует проверить срок действия прав через государственный реестр ФИПС.

На фоне ухода из России многих иностранных компаний такая ситуация становится вполне реальной, но нужно учитывать, что просто так использовать логотип нельзя. Право на торговый знак действует десять лет с момента подачи заявления в Роспатент. При этом факт работы бренда в России в это время значения не имеет. Только после истечения срока действия прав компания примет решения о целесообразности их продления. Если исключительное право не будет продлено, оформить на себя товарный знак сможет любой желающий.

За реализацию товара с незаконно размещённым чужим товарным знаком возможно наступление административной ответственности по ст. 14.10 КоАП РФ с наказанием в виде крупного штрафа и конфискацией контрафакта. Уголовная ответственность маловероятна, но возможна в случае причинения серьёзного вреда правообладателю.

При этом привлечение к административной или уголовной ответственности не исключает возможность наступления гражданско-правовой.

Отметим, что параллельный импорт не разрешает торговать контрафактом. Это всего лишь альтернативный способ ввоза товаров в страну, введённый во избежание возникновения дефицита.

ОДНА ИЗ ПРИЧИН НАРУШЕНИЙ – НИЗКИЙ УРОВЕНЬ ПРАВОВОЙ ГРАМОТНОСТИ БИЗНЕСА ЛИБО БАНАЛЬНОЕ НЕЖЕЛАНИЕ ВЛАДЕЛЬЦЕВ, СПЕЦИАЛИСТОВ КОМПАНИЙ РАЗБИРАТЬСЯ В ВОПРОСАХ ПРАВА