

Консультативный комитет по защите прав

Пятнадцатая сессия

Женева, 31 августа – 2 сентября 2022 г.

РОЛЬ ПОСРЕДНИКОВ В ЗАЩИТЕ ПРАВ ИС

Доклады подготовили Соединенное Королевство, Ассоциация европейских брендов (AIM), Международная федерация производителей фонограмм, компании DHL Express и Mastercard

1. На четырнадцатой сессии ККЗП, состоявшейся 2–4 сентября 2019 г., Комитет постановил рассмотреть на своей четырнадцатой сессии, помимо прочего, вопросы, связанные с «обменом информацией о национальном опыте в области использования институциональных механизмов осуществления политики и установления режимов защиты прав ИС, включая механизмы для сбалансированного, комплексного и эффективного урегулирования споров по вопросам ИС». В рамках этой работы в настоящем документе представлены доклады, подготовленные одним государством-членом (Соединенным Королевством), двумя наблюдателями (Ассоциацией европейских брендов (AIM) и Международной федерацией производителей фонограмм (IFPI)) и двумя частными компаниями (DHL Express и Mastercard).
2. В докладе Соединенного Королевства представлено краткое описание кампании «Реальная тема – за рынок без подделок», профинансированной отраслями общенациональной кампании по борьбе с продажей контрафактной и пиратской продукции, залогом успеха которой стало сотрудничество представителей различных отраслей промышленности с основными организациями, занимающимися борьбой с продажей продукции, нарушающей права ИС.
3. В докладах AIM и IFPI обсуждается важная роль, которую играют разного рода посредники в борьбе с пиратством и контрафакцией в интернете и рекомендуются некоторые меры в этом отношении. В частности, в докладах посредникам рекомендуется проявлять разумную должную осмотрительность при идентификации личности деловых клиентов, внедрить системы оповещения и удаления контента, принимать меры в отношении повторных нарушителей и активно сотрудничать с правообладателями и

правоприменительными органами. В докладе также рекомендуются конкретные действия, которые могут предпринять посредники для реализации этих мер, а также области, в которых следует активизировать или расширить существующие действия.

4. Доклады DHL Express и Mastercard обогащают этот документ, поскольку в них представлены точки зрения других посредников в борьбе с нарушениями прав ИС. В обоих вкладах обсуждаются усилия, предпринимаемые в настоящее время как физическими, так и цифровыми посредниками для борьбы с нарушениями прав ИС. Эти усилия включают повышение осведомленности общественности о нарушениях прав ИС, принятие упреждающих мер, направленных на прекращение торговли товарами, нарушающими права ИС, и активное сотрудничество с правообладателями и государственными органами. И DHL Express, и Mastercard активно борются с нарушениями прав интеллектуальной собственности как в интернете, так и в реальном мире, и реализуют соответствующие инициативы.

5. Доклады представлены в следующем порядке:

Реальная тема: объединение усилий в борьбе со связанными с интеллектуальной собственностью преступлениями на рынках Соединенного Королевства	3
Роль онлайн-посредников в борьбе с контрафакцией: мнение Ассоциации европейских брендов (AIM)	8
Взгляд звукозаписывающей музыкальной индустрии на роль онлайн-посредников в борьбе с пиратством в Интернете	14
Соблюдение таможенных правил в сфере экспресс-доставки: подход компании DHL Express	21
Инициативы Mastercard в области предупреждения нарушений прав интеллектуальной собственности	28

[Доклады следуют]

РЕАЛЬНАЯ ТЕМА: ОБЪЕДИНЕНИЕ УСИЛИЙ В БОРЬБЕ СО СВЯЗАННЫМИ С ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТЬЮ ПРЕСТУПЛЕНИЯМИ НА РЫНКАХ СОЕДИНЕННОГО КОРОЛЕВСТВА

*Документ подготовила г-жа Патриция Леннон, руководитель кампании «Реальная тема – за рынок без подделок», Группа по вопросам охраны интеллектуальной собственности на национальных рынках, Лондон, Соединенное Королевство**

АННОТАЦИЯ

В данном документе представлено краткое описание кампании «Реальная тема – за рынок без подделок», инициированной в 2009 г. в рамках национального проекта по борьбе с продажей контрафакции и пиратской продукции на рынках Соединенного Королевства. Секрет успеха этой созданной при поддержке представителей различных отраслей промышленности кампании заключается в межсекторальном партнерстве, в котором задействованы все основные организации, занимающиеся борьбой с продажей поддельной продукции на рынках Соединенного Королевства (как в государственном, так и в частном секторе). В основе кампании – добровольная хартия, в соответствии с которой операторы рынков публично обязуются не допустить подделки до своих рынков. К настоящему моменту к хартии присоединилось более 500 рынков в Соединенном Королевстве. Вслед за успехом кампании «Реальная тема» на физических рынках в 2018 г. аналогичная схема была использована для кампании по борьбе с продажей поддельных товаров онлайн и через группы в социальных сетях.

I. ВВЕДЕНИЕ

1. Кампания «Реальная тема – за рынок без подделок»¹ представляет собой образовательно-просветительский проект, запущенный в 2009 г. в Соединенном Королевстве по инициативе Группы по вопросам охраны интеллектуальной собственности на национальных рынках (NMG) и призванный поддержать правоприменительную работу NMG на основе оперативных данных. Целенаправленное правоприменение в сочетании с превентивной программой обеспечивают комплексную стратегию борьбы с продажей продукции, нарушающей права интеллектуальной собственности (ИС), включая контрафактную продукцию, пиратскую продукцию, а также продукцию, нарушающую права на зарегистрированные образцы, как на физических рынках Соединенного Королевства, так и с недавнего времени онлайн и в группах в социальных сетях. В настоящем докладе подробно рассматривается кампания «Реальная тема» и ее эволюция за последние 13 лет.

II. ОБЩИЕ УСИЛИЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РАЗЛИЧНЫХ ОТРАСЛЕЙ

2. Секрет успеха кампании «Реальная тема» заключается в успешной совместной работе широкого круга заинтересованных сторон. Реализация проекта стала возможной только при финансовой поддержке участников: к настоящему моменту сумма пожертвований составляет более 500 тыс. фунтов стерлингов в дополнение к финансированию, предоставленному Ведомством интеллектуальной собственности Европейского союза (ВИСЕС) в период с 2015 по 2016 гг. В настоящий момент в числе спонсоров проекта –

* В настоящем документе отражена точка зрения автора, которая может не совпадать с мнениями Секретариата ВОИС или государств – членов Организации.

¹Дополнительная информация размещена по адресу: www.realdealmarkets.co.uk.

представители различных отраслей, затронутых нарушением прав интеллектуальной собственности: Британская ассоциация производителей фонограмм, Palmer Biggs IP Solicitors, Английская Премьер-лига, Procter & Gamble, React, Superdry, Surelock, WRI Group и другие бренды – члены Группы по борьбе с контрафакцией. Их финансовая поддержка обеспечила непрерывную работу кампании и ее устойчивость в будущем.

3. Кроме того, программа была одобрена всеми ключевыми сторонами, заинтересованными в обеспечении свободной от подделок торговли, включая Чартерный институт торговых стандартов (CTSI), Институт торговых стандартов Шотландии, Национальную группу по борьбе с электронными преступлениями при Институте торговых стандартов (NTSeCT) и Ведомство интеллектуальной собственности Великобритании. За свою передовую практику проект был отмечен министрами по вопросам ИС Великобритании, ВИСЕС, организациями, представляющими интересы владельцев прав ИС (ПИС), а также Национальной ассоциацией органов управления рынками Великобритании (NABMA) и Национальной федерацией рыночных торговцев.

III. КАК РАБОТАЕТ «РЕАЛЬНАЯ ТЕМА»

4. Проект «Реальная тема» – добровольный, саморегулируемый механизм на основе участия широких слоев населения, помогающий местным органам в борьбе с торговлей подделками на местных рынках Соединенного Королевства. Залог успеха кампании состоит в ее направленности на содействие установлению более тесных деловых отношений между лицами или организациями, ответственными за управление рынками, а также местными службами торговых стандартов. Служба торговых стандартов является органом надзора за рынками, а также отвечает за защиту прав потребителей и инспекцию рынков в Соединенном Королевстве. Цель инициативы заключается в повышении осведомленности операторов рынков об их ответственности за обеспечение торговли, свободной от подделок, а также в предоставлении им практической информации, ресурсов, рекомендаций и полезных контактов.

IV. ФИЗИЧЕСКИЕ РЫНКИ И БАГАЖНЫЕ РАСПРОДАЖИ

5. Изначально проект был разработан в ответ на растущую проблему нарушения прав интеллектуальной собственности, контрафакции и пиратства на физических рынках и багажных распродажах. В основе проекта «Реальная тема» лежит хартия, которую добровольно подписали операторы рынков и местные службы торговых стандартов в знак совместного обязательства работать сообща для обеспечения торговли без подделок. Хартия сопровождается подробным перечнем норм и правил, определяющим процедуры, которые должны соблюдать операторы рынков для размещения на своей площадке логотипа «Реальной темы».

6. В рамках программы «Реальная тема» операторам рынков предоставляется ряд практических ресурсов, включая информационную брошюру «Как не нарушить законы в области ИС» для рыночных торговцев, плакаты и логотип «Реальная тема» для публичного размещения. Применяемый в рамках проекта подход и важность охраны товарных знаков и авторского права также включены в один из ключевых учебных модулей курса NABMA по рыночному администрированию. Для сотрудников правоприменительных органов существует отдельный информационный ресурс – «Практическое руководство по защите интеллектуальной собственности на рынках и багажных распродажах», который представляет собой исчерпывающий справочник с примерами из практики, правовыми подходами, передовой практикой и типовыми документами.



7. С момента открытия Хартии «Реальной темы» для подписания в 2009 г. она становилась все более популярной, и в настоящее время программа широко используется местными органами по всему Соединенному Королевству. К Хартии присоединились более 500 рынков, и, таким образом, теперь она охватывает тысячи рыночных торговцев и защищает сотни тысяч покупателей.

V. «РЕАЛЬНАЯ ТЕМА ОНЛАЙН»

8. В 2018 г. в рамках проекта «Реальная тема» была инициирована параллельная кампания «Реальная тема онлайн», ориентированная на точки продаж в интернете, в частности на такие быстрорастущие площадки, как группы купли-продажи в социальных сетях, торгующие товарами, нарушающими права ИС. Новый онлайн-проект, разработанный NMG и NTSeCT, является логическим продолжением кампании «Реальная тема», так как проверенная и используемая для физических рынков модель с легкостью переносится на онлайн-рынки и торговые площадки в социальных сетях. Цели кампании не изменились:

- повышение осведомленности операторов рынков и администраторов групп купли-продажи в социальных сетях об их ответственности и обязательствах в соответствии с законодательством в области ИС;
- содействие сотрудничеству между операторами рынков/администраторами групп купли-продажи и местными службами торговых стандартов; и
- поощрение принятия операторами рынков/администраторами групп купли-продажи набора норм и правил и доведения их до сведения покупателей, продавцов и посетителей.

9. В соответствии с нормами и правилами, разработанными в рамках проекта «Реальная тема онлайн», администраторы групп обязуются привлекать к своей деятельности сотрудников местных служб торговых стандартов и соблюдать пять простых правил:

- запретить продажу товаров, нарушающих права ИС, и других незаконных товаров²;
- действовать в соответствии с полученной от владельцев ПИС и их представителей информацией о продаже незаконных товаров;
- извещать службу торговых стандартов о случаях, когда администраторы группы считают, что в группе осуществляется сбыт незаконных товаров, и исключать продавцов этих товаров из группы;
- обращать внимание на предупреждения и советы, размещаемые службами торговых стандартов; и
- обеспечить осведомленность всех членов группы о том, что в ней действует политика торговли без подделок.

10. В сентябре 2018 г. в рамках церемонии запуска программы «Реальная тема онлайн» министр по вопросам ИС Сэм Гиймах отметил ее большое значение: *«Великобритания богата талантливыми авторами и новаторами, и мы должны защищать их права интеллектуальной собственности как в реальном мире, так и в интернете. Социальные сети могут играть на стороне добра, облегчая пользователям покупку и продажу товаров. Однако вместе с этим через них может осуществляться сбыт контрафактных товаров и другой незаконной продукции. В этой связи я с удовлетворением отмечаю данный проект, объединяющий представителей различных отраслей промышленности, службы торговых стандартов и местные органы власти в целях защиты легального предпринимательства и обеспечения правообладателям возможности получать выгоду от своих творений».*

11. При участии членов NMG, NTSeCT и ведущих сотрудников CTSI по ИС был разработан комплект материалов для сотрудников правоохранительных органов. В нем содержится готовый набор инструкций и ресурсов, призванных помочь местным службам торговых стандартов в борьбе с торговлей продукцией, нарушающей права ИС, в группах в социальных сетях в их регионе. Помимо финансирования со стороны отраслевых партнеров проекта «Реальная тема» при поддержке Национальной целевой группы при Национальном институте торговых стандартов развертывается дополнительная программа обучения и обмена знаниями для сотрудников служб торговых стандартов.

12. С момента выпуска комплекта материалов более 100 служб торговых стандартов на местах подали заявку на его получение и более 200 сотрудников приняли участие в программе обучения, что свидетельствует о том, что сотрудники служб торговых стандартов стремятся получить знания и практическую помощь для решения этой насущной проблемы.

13. Службы торговых стандартов по всей стране начали внедрять программу на местах; ее целевой аудиторией являются сотни администраторов групп купли-продажи в социальных сетях и сотни тысяч их участников. Более широкое внедрение программы службами торговых стандартов приведет к экспоненциальному распространению информации о проекте «Реальная тема», и большее число групп купли-продажи станут свободными от подделок.

² Включая продукцию, поставляемую по незаконным «серым схемам», краденые товары, товары, предположительно являющиеся крадеными, товары, нарушающие нормы безопасности, табачные изделия (с уклонением от уплаты пошлин), алкогольную продукцию (реализуемую без лицензии), фейерверки (реализуемые в нарушение соответствующих законов и правил), ударное оружие и порнографическую продукцию.

VI. ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ДЛЯ РАЗЛИЧНЫХ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН

14. Программа «Реальная тема» для физических и онлайн-рынков обеспечивает преимущества для целого ряда заинтересованных сторон:

- предоставление **местным властям** экономически эффективной превентивной стратегии поощрения и вознаграждения управляющих рынками лиц, стремящихся оградить свои площадки от товаров, права ИС права ИС, и другой незаконной продукции;
- снабжение операторов рынков и администраторов групп купли-продажи практическими инструментами и процедурами для предотвращения попыток потенциальных торговцев незаконными товарами закрепиться на рынке;
- обеспечение **владельцам ПИС и местным службам торговых стандартов** возможности более эффективного направления ресурсов на рынки и группы купли-продажи, где существует проблема контрафакции;
- гарантия равных условий для **продавцов легальных товаров и местных предприятий** в отсутствие конкуренции с торговцами поддельными товарами;
- обеспечение **покупателям** узнаваемого символа честной торговли и зоны, свободной от подделок.

[Конец доклада]

РОЛЬ ОНЛАЙН-ПОСРЕДНИКОВ В БОРЬБЕ С КОНТРАФАКЦИЕЙ: МНЕНИЕ АССОЦИАЦИИ ЕВРОПЕЙСКИХ БРЕНДОВ (AIM)

*Доклад подготовила г-жа Мари Паттулло, руководитель кластера охраны товарных знаков и брендов, Ассоциация европейских брендов (AIM), Брюссель, Бельгия**

АННОТАЦИЯ

Для обеспечения чистоты цифровой экосистемы и равных условий для всех, а также для предотвращения контактов потребителей с онлайн-торговлей контрафактными и другими незаконными, некачественными и несоответствующими требованиям товарами, все участники цепочки поставок, включая владельцев брендов и онлайн-посредников, должны внести свой вклад. В данном докладе содержится информация о том, какую роль могут сыграть онлайн-посредники, осуществляя надлежащий контроль над частями цепочки создания стоимости, находящимися в их компетенции, посредством:

- проявления разумной должной осмотрительности при идентификации личности деловых клиентов;
- включения в свои правила и положения соответствующих положений о защите интеллектуальной собственности (ИС) и обеспечения их соблюдения, а также внедрения эффективных систем оповещения и удаления контента;
- проактивных мер, в том числе технических, для предотвращения появления на их сервисах предложений о продаже незаконных товаров;
- оперативного удаления таких предложений при их выявлении (без возможности возврата) и запрещения доступа к своим услугам повторным нарушителям; и
- проактивного информирования правоохранительных органов, в том числе таможенных органов и органов надзора за рынком, о нарушениях, обеспечивая тем самым эффективный анализ рисков и целенаправленную работу.

В докладе также приводятся конкретные действия, которые могут предпринять посредники для реализации этих мер, а также области, в которых следует активизировать или расширить существующие действия. Наконец, в докладе подчеркивается необходимость принятия мер по борьбе с контрафактной продукцией всеми заинтересованными сторонами.

I. ОБЩИЙ ОБЗОР

1. Учитывая постоянно растущий мировой оборот контрафактной продукции и его последствия в различных сферах, начиная с защиты прав потребителей и других граждан и кончая национальной экономикой, рынком труда, экологией и инновационными отраслями, существует распространенное мнение, что то, что незаконно на физических рынках, должно быть незаконно и в интернете. По мнению Ассоциации европейских брендов (AIM), необходимо сделать следующий шаг: воплотить слова в конкретные, практические и эффективные действия.

2. AIM представляет интересы более 2500 производителей брендируемых товаров, среди которых как малые и средние предприятия, так и транснациональные корпорации. Ни

* В настоящем документе отражена точка зрения автора, которая может не совпадать с мнениями Секретариата ВОИС или государств – членов Организации.

одна из этих компаний не производит, не перевозит, не экспортирует, не импортирует, не продает и никоим образом не получает прибыль от торговли контрафактом. Хотя все правообладатели делают все возможное для защиты своей интеллектуальной собственности (ИС), начиная с регистрации и кончая судебными разбирательствами, они просто не имеют возможности осуществлять надзор или контроль над незаконными цепочками поставок в достаточном объеме для пресечения такой торговли.

3. Свой вклад в этот процесс должны внести все участники цепочки поставок. Настоящий доклад посвящен онлайн-партнерам, однако мы не можем – и не должны – забывать о роли физических посредников, таких как операторы перевозок и другие транспортно-логистические компании; операторы экспорта и импорта и экспедиторы; таможенные посредники; почтовые операторы и курьерские службы. Это наша общая ответственность. По крайней мере, так должно быть.

II. ОНЛАЙНОВАЯ СРЕДА

4. Цифровая трансформация открыла как множество преимуществ, так и ряд рисков и проблем, включая экспоненциальный рост онлайн-предложений контрафактных и других незаконных, некачественных и несоответствующих требованиям товаров. В основе деятельности каждого производителя брендированных товаров лежит защита прав потребителей и обеспечение их качественной, безопасной и инновационной продукцией, и этому принципу также должны следовать все посредники и операторы розничной торговли, как на физических рынках, так и в интернете.

5. Пандемия практически в одночасье изменила поведенческие тенденции: во многих регионах онлайн-общение и торговля стали привычной практикой, а зачастую и жизненной необходимостью. Покупка товаров через интернет, будь то продукты питания и другие товары первой необходимости или импульсивные покупки на почве скуки в условиях изоляции, стала нормой для миллионов людей, которые раньше предпочитали ходить по магазинам в центре города. Также наблюдается всплеск электронной коммерческой деятельности между предприятиями (B2B) и рост зависимости от нее, поскольку онлайн-посредники обслуживают не только операции между предприятием и потребителем (B2C). Пока легальный бизнес и государственные органы пытались найти баланс между доступностью электронной торговли и соответствующими гарантиями, а правоохранительные органы боролись за поддержание торговли товарами первой необходимости, производители контрафакта переключили свое внимание на изготовление поддельных средств индивидуальной защиты (СИЗ) и медикаментов и указание ложной информации в товаросопроводительной документации и на упаковке, а в интернете появилось множество предложений контрафакта и случаев мошенничества с использованием наименований брендов.

6. Мы, конечно, рады, что онлайн-каналы торговли существуют. Вероятно, их развитие только продолжится. И действительно, каждый бренд, каждый поставщик услуг заинтересован в сотрудничестве с онлайн-посредниками для установления связей с деловыми партнерами и потребителями и ценит это сотрудничество. Именно поэтому мы должны иметь возможность рассчитывать на то, что такие посредники будут вносить свой вклад в обеспечение безопасности цифровой среды.

III. НЕОБХОДИМЫЕ МЕРЫ

7. С точки зрения владельцев брендов, онлайн-посредники могут внести вклад в обеспечение чистоты цифровой экосистемы и равных условий для всех, осуществляя

надлежащий контроль над частями цепочки создания стоимости, находящимися в их компетенции, посредством:

- проявления разумной должной осмотрительности при идентификации личности деловых клиентов (принцип «Знай своих клиентов»);
- включения в свои правила и положения соответствующих положений о защите интеллектуальной собственности (ИС) и обеспечения их соблюдения, а также внедрения эффективных систем оповещения и удаления контента;
- проактивных мер, в том числе технических, для предотвращения появления на их сервисах предложений о продаже незаконных товаров;
- оперативного удаления таких предложений при их выявлении (без возможности возврата) и запрещения доступа к своим услугам повторным нарушителям; и
- проактивного информирования правоохранительных органов, в том числе таможенных органов и органов надзора за рынком, о нарушениях, обеспечивая тем самым эффективный анализ рисков и целенаправленную работу.

8. От онлайн-посредников не требуется участие в общем мониторинге, однако, как и другим предприятиям, им следует проявлять должную осмотрительность. Проактивные меры по предотвращению использования их сетей и услуг преступниками должны стать неотъемлемой частью надлежащей деловой практики, а добровольное и активное сотрудничество с заинтересованными партнерами из частного сектора, и не в последнюю очередь с правообладателями, должно стать нормой. Одним из очевидных решений для коммерческих отношений является проверка личности деловых клиентов, как на физических рынках, так и в интернете. В условиях ответственной и зрелой экономики не вызывает сомнений тот факт, что предприятия не должны иметь возможности работать и иметь доступ к необходимой передовой инфраструктуре без идентификации личности.

9. Эффективная система оповещения и действий, позволяющая как пользователям, так и правообладателям маркировать незаконный контент (включая механизм доверенной маркировки), должна лежать в основе алгоритмов, ведущих к проверке (автоматической или, при необходимости, с участием человека) и принятию соответствующих мер. После подтверждения того, что контент является незаконным, он должен быть не только оперативно удален (чем дольше контент остается в сети, тем продолжительнее срок обмана правообладателей и потребителей), но и навсегда запрещен к повторному размещению. Обратите внимание, что речь идет о контрафактных товарах, а не об отзывах или другом пользовательском контенте, для которого может быть необходима проверка в соответствии со стандартами свободы слова. Мы считаем само собой разумеющимся, что контрафактный товар, снятый с полки супермаркета во вторник, точно не окажется там в среду. Почему же в интернете все должно быть по-другому?

10. Правообладателям часто советуют присоединиться к созданным посредниками программам защиты брендов. Многие так и делают, и некоторые из этих программ могут быть эффективными. Однако затем онлайн-партнеры просят предоставить им дополнительную информацию о продукции и о том, как проверить ее подлинность. На самом деле только правообладатель может проверить подлинность своего бренда, и лишь немногие станут раскрывать свои тайные методы защиты бренда другому коммерческому оператору, особенно если он является потенциальным конкурентом, а то и вовсе никто. Правообладателей также часто (и настойчиво) просят предоставить доказательства и переводы – даже в отношении нарушителей-рецидивистов, что, к сожалению, встречается слишком часто.

11. Такой обмен информацией зачастую происходит лишь в одном направлении. Правообладатели не требуют от онлайн-посредников раскрытия сведений об их алгоритмах, но было бы полезно иметь какую-то обратную связь и оперативную информацию для дальнейшего использования. Например, в соответствии с Меморандумом Европейского союза (ЕС) о взаимопонимании о продаже контрафактных товаров через Интернет³, платформы, подписавшие его, приводят миллионы активных удалений за каждый отчетный период, что замечательно, но правообладатели не знают, что это за товары, почему они были удалены (мы даже не знаем, сколько из них было удалено за нарушение прав интеллектуальной собственности) или даже какие бренды и какие продавцы были затронуты. Это затрудняет дальнейшие правовые действия. Было бы более целесообразно, если бы действия всех участников коммерческой деятельности были направлены против одних и тех же недобросовестных торговцев, не так ли?

12. Кроме того, правоохранительные органы, занимающиеся защитой ИС, постоянно запрашивают у владельцев брендов дополнительную информацию, но они не могут предоставить информацию, которой они не располагают. Владельцы брендов не обладают информацией о каналах незаконных поставок и торговли. Хотя большая часть этих данных принадлежит транспортным операторам и другим логистическим компаниям или находится в их поле зрения, значительная часть такой информации может быть предоставлена онлайн-посредниками – особенно непосредственно таможенным службам, что позволило бы им бы принимать меры против крупных контейнерных поставок на границе до их разделения на множество мелких партий и проникновения на рынок. Таможенные службы должны регистрировать и хранить данные обо всех задержаниях, включая мелкие партии. В реальности таможенники физически не могут проверить более одного-двух процентов грузов, поэтому для эффективной оценки рисков и целенаправленной работы необходима достоверная информация и данные, полученные до прибытия груза.

13. Онлайн-торговля B2C, разумеется, привела к бурному росту потока мелких отправок, но не стоит заблуждаться, полагая, что вся контрафактная продукция поступает именно таким образом, поэтому таможене не следует ограничиваться лишь контролем этого канала. Судовые контейнеры могут быть заполнены мелкими предметами и посылками, которые будут отправлены после прибытия контейнеровоза в порт, и они часто служат для перевозки грузов в пункты выполнения заказов продавцов. Если до прибытия контейнера таможня будет располагать данными, позволяющими выявлять подозрительные крупные партии, это снизит нагрузку на ее ограниченные ресурсы и одновременно повысит процент успеха в выявлении незаконных поставок. Это также должно привести к сокращению случаев уклонения от уплаты пошлин и налогов, тем самым способствуя выполнению основных обязанностей таможни по защите и сбору средств в пользу государства.

14. Проактивный обмен данными о перевозках и связанными с ними данными о клиентах с правоохранительными органами (ПОО) должен быть стандартной коммерческой практикой. Платформы, социальные сети, провайдеры онлайн-платежей, службы обмена сообщениями, почтовые и курьерские службы знают – или должны знать – своих коммерческих клиентов. Они должны владеть информацией о рецидивистах и иметь возможность видеть связанные учетные записи (например, использующие одни и те же адреса интернет-протокола или банковские реквизиты). Те, кто управляет собственными центрами выполнения заказов и распределительными сетями, располагают большим объемом коммерческих данных, включая накладные и комплектовочные ведомости, которыми следует активно делиться с правоохранительными органами в рамках соответствующих правовых стандартов. Эти посредники имеют все возможности не только для выработки соответствующих коммерческих условий для своих клиентов-плательщиков,

³ https://ec.europa.eu/growth/industry/strategy/intellectual-property/enforcement-intellectual-property-rights/memorandum-understanding-sale-counterfeit-goods-internet_en.

но и для их применения, включая, при необходимости, договорные положения или даже договоры страхования для покрытия любых задержек в доставке или расходов, например, на хранение и уничтожение грузов.

15. Участники системы доменных имен (провайдеры хостингов, реестры, регистраторы, провайдеры прокси-сервисов, реселлеры и т.д.) также должны взять на себя соответствующие обязательства. Доступ к точным и проверенным данным WHOIS и их раскрытие отвечают общественным интересам и необходимы для выполнения юридических обязательств. К сожалению, прямым результатом методов, выбранных Корпорация по управлению доменными именами и IP-адресами (ICANN) для реализации Общего регламента ЕС по защите данных (GDPR), стало беспричинное сокращение до минимума объема данных о регистраторах доменных имен. Например, нет никаких оснований для отказа от сбора и раскрытия данных юридических лиц, к которым не применяется GDPR. Была ликвидирована основная база данных для специалистов в области нарушений прав ИС, кибербезопасности и защиты прав потребителей для борьбы с доменными именами, которые используются нарушителями для продажи контрафакта и совершения множества других киберпреступлений, связанных с товарными знаками.

16. Некоторые данные юридических лиц должны быть открытыми: пользователи имеют право знать, кому они сообщают данные своих кредитных карт и другие личные данные. Другие же регистрационные данные должны оперативно раскрываться на основании законного запроса. Несмотря на то, что проект Директива ЕС о сетевой и информационной безопасности⁴ направлена на обеспечение кибербезопасности, а не на охрану ИС, AIM выражает надежду, что она поможет восстановить баланс, не в последнюю очередь учитывая использование наименований брендов во многих киберпреступлениях, таких как фишинг и другие виды онлайн-мошенничества.

17. При запросе любых данных часто звучит фраза: «Невозможно, GDPR». GDPR не распространяется на данные юридических лиц и не предназначен для защиты преступной деятельности. Не должно быть никаких препятствий для предоставления онлайн- (или офлайн-) посредниками данных юридических лиц в распоряжение ПОО ЕС, и предоставление таких данных должно быть возможно в других юрисдикциях. Крайне важно разработать официальное руководство по обмену персональными данными, необходимыми для расследования преступлений в сфере ИС и последующего судебного преследования, а также уполномочить следователя подключаться к базам данных, содержащих информацию о лицах, ответственных за незаконную деятельность, и это не должно вызывать вопросов.

18. Многие из вышеперечисленных мер не требует внесения изменений в законодательство. Однако опыт подсказывает, что одних только добровольных мер недостаточно. Закон ЕС «О цифровых услугах» (DSA)⁵ вводит ряд полезных мер, но поскольку закон является горизонтальным и применяется ко всем формам незаконного контента в интернете, а не только к сбыту товаров, его эффективность в будущем для борьбы с контрафакцией может оказаться недостаточной.

19. Владельцы брендов с удовлетворением отмечают положения DSA, которые могут помочь пресечь продажу незаконных товаров в интернете, включая согласованный механизм уведомлений и действий ЕС для маркировки и удаления онлайн-предложений незаконных товаров и дополнительные обязательства для наиболее крупных платформ, такие как меры по снижению рисков. Однако члены AIM выражают сожаление относительно того, что эти новые обязательства распространяются не на всех онлайн-посредников, участвующих в продаже и/или продвижении нелегальных товаров в интернете, в частности,

⁴Дополнительная информация о данной директиве размещена по адресу:
[https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/689333/EPRS_BRI\(2021\)689333_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2021/689333/EPRS_BRI(2021)689333_EN.pdf).

⁵ <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/digital-services-act-package>.

на социальные сети, мобильные приложения и рекламные платформы, а также относительно того, что для хостинг-провайдеров не было введено обязательство по предотвращению повторного размещения на их сервисах ранее маркированного и удаленного/деактивированного контента. Члены АИМ выражают надежду, что находящийся в процессе подготовки Инструментарий ЕС по борьбе с контрафакцией⁶ будет содержать практические инструменты и меры по устранению этих лазеек.

IV. ДАЛЬНЕЙШИЕ ШАГИ

20. Борьба с контрафакцией – это не только защита частных прав. В связи с доказанной взаимосвязью преступлений в сфере ИС с организованной преступностью Агентство ЕС по правоохранительному сотрудничеству (Европол) при поддержке Ведомства интеллектуальной собственности Европейского союза (ВИСЕС) создало Координационную коалицию по борьбе с преступлениями в сфере ИС. Это было подкреплено возвращением преступлений в сфере ИС в число приоритетов Европейской многопрофильной платформы по борьбе с криминальными угрозами (ЕМРАСТ) на период с 2022 по 2025 гг.⁷ Исследования и данные государственных органов, в том числе предоставленные Организацией экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) и Европейским центром по наблюдению за нарушениями прав ИС при ВИСЕС, постоянно демонстрируют вред контрафакции для потребителей, в том числе физический. Кроме того, это наносит ущерб государственным доходам в виде налогов и пошлин. Теряются рабочие места. Компании разоряются. Наша окружающая среда подвергается опасности в результате производства и транспортировки товаров, которые никогда не должны были быть произведены и не могут быть устойчивым образом уничтожены или переработаны, поскольку мы не располагаем информацией об использованном для их производства сырье.

21. Это наше общее дело, и пока преступники, которых куда больше интересует прибыль, чем уважение законов, стандартов и безопасности, злоупотребляют инфраструктурой и услугами онлайн-посредников, последние должны внести свой важнейший вклад. В одиночку никто из нас не сможет справиться с этой проблемой – ни в интернете, ни на физических рынках. Политика разделения здесь не уместна. Мы все должны работать сообща.

[Конец доклада]

⁶ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12915-EU-toolbox-against-counterfeiting_en.

⁷ <https://www.europol.europa.eu/crime-areas-and-statistics/empact>.

ВЗГЛЯД ЗВУКОЗАПИСЫВАЮЩЕЙ МУЗЫКАЛЬНОЙ ИНДУСТРИИ НА РОЛЬ ОНЛАЙН-ПОСРЕДНИКОВ В БОРЬБЕ С ПИРАТСТВОМ В ИНТЕРНЕТЕ

*Доклад подготовил Лаури Рехардт, главный юрист Международной федерации производителей фонограмм (IFPI), Лондон, Великобритания**

АННОТАЦИЯ

Интернет-пиратство остается значительной угрозой для музыкальной индустрии. Крупнейшее в мире исследование потребителей музыки (Music Consumer Study 2021)¹, проведенное в 2021 году Международной федерацией производителей фонограмм (IFPI), показало, что 30% респондентов пользуются неавторизованными источниками для прослушивания или скачивания музыки. Среди респондентов от 16 до 24 лет этот показатель был еще выше и составил 38%.

Сохранение и распространение прямых эфиров в интернете остается серьезной проблемой: контент, лицензированный только для живого вещания, тиражируется, воспроизводится или распространяется незаконно, кроме того, создаются нелегальные постоянные цифровые копии контента. Количество доступного онлайн-контента огромно.

Нелегальное получение и распространение звукозаписей до даты выпуска также причиняет серьезный ущерб правообладателям в музыкальной индустрии, приводя к снижению продаж легального контента. До даты выпуска контент хранится на так называемых сервисах облачного хранилища и часто становится доступным через социальные медиа-платформы. Сервисы облачного хранилища обычно не запрашивают у пользователей персональную информацию, не говоря уже о ее проверке. Из-за этого правообладателям непросто выработать алгоритм работы с правонарушителями.

Интернет-посредники, услугами которых пользуются пиратские онлайн-сервисы, играют центральную роль в эффективном решении проблемы неправомерного использования контента. В данном документе будут определены ключевые меры и процедуры по защите авторских прав в Интернете, которые должны внедрить добросовестные онлайн-посредники.

Эти меры включают уточнение объема правовой охраны и условий освобождения от ответственности в контексте «безопасной интернет-гавани», повышение прозрачности, внедрение надежной политики проверки благонадежности клиентов (KYBC) и продуманной стратегии по предотвращению повторных нарушений.

IFPI также поддерживает дальнейшее развитие базы данных WIPO ALERT в качестве основного инструмента для сбора и обмена информацией о проблемных сайтах, предоставляемой органами власти государств-членов ВОИС в интересах рекламной индустрии.

* В настоящем документе отражена точка зрения автора, которая может не совпадать с мнениями Секретариата ВОИС или государств – членов Организации.

¹ Исследование было проведено в 21 стране мира. В ходе исследования были опрошены 43 000 респондентов.

I. МУЗЫКАЛЬНЫЙ РЫНОК ПРОЦВЕТАЕТ, НО ПРОБЛЕМА ПИРАТСТВА В ИНТЕРНЕТЕ НЕ РЕШЕНА

1. Международная федерация производителей фонограмм (IFPI) — это коммерческая ассоциация, которая отстаивает интересы звукозаписывающей индустрии во всем мире. Членами IFPI и ее сети аффилированных отраслевых ассоциаций являются 8000 крупных и независимых звукозаписывающих компаний, создающих, производящих и распространяющих звукозаписи более чем в 70 странах.
2. Музыкальная индустрия отреагировала на проблемы контента в Интернете одной из первых. До возобновления роста прибыли в 2015 году индустрия более 15 лет переживала значительное снижение доходов. В основном это происходило из-за масштабного несанкционированного прослушивания и скачивания музыки в Интернете. В этот сложный для бизнеса период звукозаписывающие компании продолжали инвестировать в глобальные системы и инфраструктуру (было лицензировано более 60 миллионов аудиозаписей и сотни цифровых сервисов по всему миру). Кроме того, звукозаписывающие компании вкладывали средства в музыкантов, продвигая их произведения на глобальном рынке и создавая возможность для общения музыкантов с поклонниками их творчества по всему миру. Таким образом, меломаны получили практически неограниченный доступ к беспрецедентному количеству разнообразной музыки.
3. Тем не менее нелегальное использование музыки в Интернете осталось и остается сейчас серьезной проблемой для звукозаписывающей индустрии. Наибольшую тревогу у представителей индустрии вызывают сервисы сохранения прямых эфиров, позволяющие тиражировать записи из потоковых онлайн-сервисов. В последнее время нарушения переместились с веб-сервисов на мобильные приложения. По оценкам IFPI, ежемесячно 515 миллионов аудиозаписей нелегально скачиваются с сайтов для стриминга². Та же проблема и с услугами сайтов для обмена файлами – их клиенты могут загружать и распространять цифровые файлы на специальную платформу, которую контролирует и обслуживает оператор сайта. Особенно вредно для бизнеса правообладателей то, что эти сервисы часто распространяют контент, выпущенный до официального релиза. Также вызывают озабоченность экспертов те платформы социальных сетей, онлайн-форумы и службы обмена сообщениями, которые используются для распространения пиратских материалов среди масс.

II. ОБЯЗАННОСТИ И ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ИНТЕРНЕТ-ПОСРЕДНИКОВ

4. Решающую роль в борьбе с нарушениями авторских прав в Интернете играют разного рода посредники. Занимая центральную роль в цифровой среде, они зачастую обладают наилучшими ресурсами для предотвращения незаконной деятельности.
5. Интернет-провайдеры, сети доставки контента (например, Cloudflare), поставщики услуг хостинга, поисковые системы, регистраторы доменов и реестры, магазины приложений, торговые площадки электронной коммерции, платежные сервисы и рекламодатели – все они могут внести свой вклад в повышение безопасности Интернета и создание высокофункционального рынка цифрового контента.

² IFPI проводит сбор данных о посещениях сайтов для стриминга на платформе Similarweb и рассчитывает долю посещений, результатом которых стало успешное скачивание музыкального контента, охраняемого авторским правом.

6. Не так давно Великобритания приняла закон о безопасности в Интернете³, также были приняты предложения Европейского союза (ЕС) по закону о цифровых услугах⁴, что говорит о том, что законодательные органы признают необходимость усиления ответственности и подотчетности интернет посредников. Формат и объем предполагаемых мер зависят от деятельности соответствующего посредника. В следующем разделе предлагается ряд обоснованных и эффективных мер, которые помогут сделать Интернет безопаснее и одновременно создать устойчивый рынок цифрового контента.

A. ПРОФИЛАКТИЧЕСКИЕ МЕРЫ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ НАРУШЕНИЙ АВТОРСКИХ ПРАВ

7. Онлайн-платформы, предоставляющие услуги для хостинга и хранения загруженного их пользователями контента, играют все более важную роль в распространении информации в Интернете.

8. Во многих юрисдикциях поставщики подобных услуг, при условии, что они оперативно удаляют нарушающий авторские права контент после получения фактической или конструктивной информации о нем, пользуются правом освобождения от ответственности, также известным как «безопасная гавань». Однако с развитием онлайн-экосистемы (веб 2.0), эти положения о «безопасной гавани» во многих случаях привели к появлению новых проблем. Во-первых, неясно, какие именно платформы могут претендовать на эти привилегии. Во-вторых, учитывая объем контента и скорость его загрузки на эти платформы, простые меры по «прекращению правонарушения» оказались неэффективными: контент, нарушающий авторское право, может быть повторно загружен на платформу, в отношении которой применялись меры по борьбе с нарушениями прав, практически сразу же после применения этих мер.

9. Что касается первого пункта, законодатели ЕС и Европейский суд попытались прояснить область применения положений о «безопасной гавани». По сути, положения о «безопасной гавани» распространяются только на технических, автоматических и пассивных посредников. Аналогичным образом в своем отчете за 2020 год по статье 512 раздела 17 Закона об авторском праве Соединенных Штатов (США), касающемся «безопасных гаваней», Управление по авторскому праву США поставило под сомнение применение положений о «безопасных гаванях» к сервисам, которые не просто хранят контент⁵.

10. Что касается второго пункта, то, согласно данным IFPI, большое количество уведомлений о нарушении авторских прав, направленных IFPI, касались одного и того же контента и одного и того же сайта. Например, в случае с Твиттером в 2020 году уведомление о нарушении прав на композицию Blinding Lights группы The Weeknd было направлено более 3700 раз, а уведомление о нарушении прав на композицию Watermelon Sugar группы Harry Styles – более 2900 раз после первого уведомления. Это показывает, что существующая система по «уведомлению и прекращению правонарушения» превратилась в неэффективный инструмент для решения проблемы нарушений авторских прав в Интернете, присущей огромному объему контента.

11. Для решения данной проблемы поставщики услуг для хостинга должны обеспечить меры по «прекращению правонарушения», чтобы иметь право на привилегии, которые дает «безопасная гавань». Это означает, что, узнав о нарушении авторских прав, поставщик услуг для хостинга должен (i) удалить все копии данного произведения/звукозаписи и (ii)

³ <https://bills.parliament.uk/bills/3137/publications>.

⁴ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=COM%3A2020%3A825%3AFIN>.⁵
<https://www.copyright.gov/policy/section512/section-512-full-report.pdf>.

⁵ <https://www.copyright.gov/policy/section512/section-512-full-report.pdf>.

создать условия, чтобы это произведение, аудиозапись или копия не были повторно размещены или загружены в Интернет в будущем (т. е. обязательство прекратить правонарушение), иначе он рискует понести ответственность.

12. Обязательство «уведомить и прекратить правонарушение» представляется разумной и вполне соразмерной мерой, которую можно реализовать с помощью доступных коммерческих технологий, например, через приложения для автоматического распознавания контента.

В. ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ ПОВТОРНЫХ НАРУШИТЕЛЕЙ

13. Помимо вышесказанного, все посредники должны также внедрить эффективную политику в отношении повторных нарушений авторских прав. Политика будет подразумевать, что если посреднику известно или стало известно, что получатель его услуг (будь то торговый посредник или конечный пользователь) неоднократно использовал эти услуги для нарушения прав интеллектуальной собственности (ИС), то посредник должен (при соответствующих обстоятельствах) прекратить обслуживание данного клиента. Такое обязательство уже является частью условий «безопасной гавани» в соответствии с Законом США об авторском праве.

14. Политика в отношении повторных нарушителей должна удерживать людей от использования услуг посредников, поскольку их деятельность незаконна и носит повторяющийся характер. Эта политика также должна гарантировать, что повторным нарушителям, для которых предоставление услуг было прекращено, не будет разрешено пользоваться услугой под другим именем. Практическая реализация данной стратегии должна сопровождаться эффективной политикой проверки благонадежности клиента (KYBC)⁶.

15. В условиях предоставления услуг онлайн-посредниками должны быть четко прописаны права и дискреционные полномочия посредников. Посредники могут приостанавливать и прекращать предоставление своих услуг повторным нарушителям в соответствии с принципами, изложенными выше.

III. ПРОЗРАЧНОСТЬ И ДОСТУП К ИНФОРМАЦИИ

16. Отсутствие прозрачности информации, и особенно та легкость, с которой операторы, оказывающие незаконные услуги, могут скрывать свою личность, значительно препятствуют эффективной защите прав ИС в Интернете. В настоящее время операторы могут действовать в условиях полной анонимности, под защитой служб конфиденциальности доменов или подставных компаний, а посредники часто не требуют от своих клиентов предоставления доказательств их подлинной личности и корректных контактных данных. Это серьезно подрывает усилия по борьбе за защиту прав в Интернете, включая попытки связаться с предполагаемыми нарушителями или возбудить против них дело.

17. Правительствам всех стран следует рассмотреть ряд мер для решения проблемы отсутствия прозрачности информации в Интернете.

А. ПРОВЕРКА БЛАГОНАДЕЖНОСТИ КЛИЕНТА И ПРАВИЛА ДОСТУПА К ИНФОРМАЦИИ

⁶ См. далее в разделе IV.

18. Законодательство должно требовать от онлайн-посредников внедрения эффективной политики в отношении проверки благонадежности клиентов. Это означает, что посредники должны обеспечить наличие у себя точной информации о своих деловых клиентах, включая их контактные данные. Такие обязательства уже применяются в ряде других отраслей, включая финансово-банковский сектор и сферу юридического обслуживания. Кроме того, в законе о цифровых услугах, нормативном документе, работа над которым в настоящее время завершается в ЕС, предлагается предусмотреть обязательство для онлайн-торговых площадок проверять личность субъектов, работающих на их платформах. Понятие «деловой клиент» должно толковаться таким образом, чтобы охватывать юридических и физических лиц, действующих в целях получения прямой или косвенной выгоды. За невыполнение этого обязательства должны быть предусмотрены соответствующие санкции, а посредники обязуются прекратить обслуживание бизнес-клиентов, не предоставивших корректную информацию. Это обязательство также должно распространяться на любых лиц, которые осуществляют перепродажу услуг первоначального посредника.

19. В дополнение к обязательству по проверке благонадежности клиентов должна появиться четкая правовая база для лиц, которые имеют законный интерес к доступу к информации, хранящейся у посредников, чтобы получать своевременный доступ к таким массивам данных. Правообладатели, расследующие нарушения прав ИС и имеющие законный интерес в соответствии с применимым законодательством, должны иметь доступ к этой базе.

В. ПУБЛИКАЦИЯ ТОЧНЫХ КОНТАКТНЫХ ДАННЫХ

20. Для всех интернет-сервисов должно существовать общее требование, обязывающее их публиковать на веб-сайтах точные контактные данные и информацию об операторах. В ЕС статья 5 «Директивы об электронной торговле»⁷ налагает такое обязательство на поставщиков интернет-услуг. Но, к сожалению, власти стран-членов ЕС на практике до сих пор не обеспечивают выполнение этого обязательства, а в случае несоблюдения требований сдерживающие санкции практически отсутствуют. Надежные положения о наличии прозрачности информации и их эффективное применение важны не только для правообладателей ИС, но и в целом для защиты прав потребителей.

⁷ Директива 2000/31/ЕС о некоторых правовых аспектах услуг информационного общества, в частности электронной торговли, на внутреннем рынке; размещена по адресу <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/ALL/?uri=CELEX%3A32000L0031>.

С. ДОСТУП К WHOIS И ПОДОБНЫМ РЕЕСТРАМ

21. После изменения правил защиты данных в Европе Организация Интернет-сотрудничества по распределению имен и доменов в Интернете (ICANN)⁸ ввела временную спецификацию для WHOIS⁹, потребовав от регистраторов и реестров скрыть подавляющее большинство данных WHOIS, относящихся к европейским регистраторам доменов (независимо от того, являются ли они физическими или юридическими лицами). Результатом стало почти полное и зачастую необоснованное изъятие публичного реестра WHOIS, значительно превысившее любые требования Общего регламента ЕС о защите данных (GDPR)¹⁰ (который использовался для обоснования отказа в доступе к WHOIS) и существенно повлиявшее на способность правообладателей получать данные, необходимые для эффективной защиты своих прав. Необходимо принять срочные меры, чтобы восстановить доступ правообладателей к реестру WHOIS для законных целей расследования и защиты их прав на ИС. Такие законодательные инициативы, как предложение по директиве NIS2¹¹ в ЕС, призванные обеспечить доступ к информации WHOIS, оказались недостаточными. Чтобы правообладатели могли проводить расследования и обеспечивать соблюдение своих прав, им все-таки необходимо получить право на срочное комплексное вмешательство для разъяснения общественного интереса в публичном реестре WHOIS.

IV. БОРЬБА С ТРАНСГРАНИЧНЫМ ПИРАТСТВОМ

22. Пиратские сервисы могут находиться практически в любой стране, а люди, которые зарабатывают деньги на незаконном распространении музыки в Интернете, к тому же могут жить в разных странах, что позволяет им обходить все границы. Чтобы пресечь деятельность этих лиц через суд, правообладателям приходится обращаться в суд в каждой юрисдикции, где доступна такая мера. Это делает борьбу, которую ведут правообладатели за свои права, медленной, непомерно дорогой и не всегда эффективной.

23. Приведем пример: уже более 15 лет правообладатели пытаются заставить одиозный сайт The Pirate Bay уважать права на интеллектуальную собственность. Против операторов сайта были возбуждены гражданские и уголовные дела, которые были переданы в Суд ЕС, а также в Европейский суд по правам человека¹². Все инстанции подтвердили, что сервис нарушает авторские права правообладателей, однако сайт остается доступным для пользователей во многих юрисдикциях по всему миру.

24. Однако законодатели могли бы сделать больше для облегчения и улучшения трансграничной защиты прав ИС. Материальные права, меры и процедуры защиты прав в значительной степени гармонизированы на международном уровне благодаря договорам Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) по Интернету и соглашению Всемирной торговой организации по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности. В соответствующих случаях эти общие меры должны позволять судам разных стран принимать решения компетентных судебных или административных органов

⁸ ICANN – это многосторонняя группа, которая координирует несколько баз данных, относящихся к Интернету.

⁹ WHOIS – это протокол, обеспечивающий связь баз данных регистраторов и реестров доменных имен в отношении информации об их клиентах.

¹⁰ Регламент (ЕС) 2016/679 о защите физических лиц в отношении обработки персональных данных и о свободном перемещении таких данных и отмене Директивы 95/46/ЕС; размещена по адресу <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2016/679/oj9>.

¹¹ <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=COM%3A2020%3A823%3AFIN>.

¹² C-610/15 Stichting Brein v Ziggo BV and XS4ALL Internet BV (2017) по адресу: <https://curia.europa.eu/juris/liste.jsf?language=en&T,F&num=c-610-15>; Neij and Sunde Kolmisoppi v Sweden (2013) ходатайство № 40397/12 доступно по адресу: <https://hudoc.echr.coe.int/eng#%7B%22appno%22%3A%2240397%22%22%7D>].

других стран в качестве подтверждения обоснованности аналогичных исков (например, по искам в отношении нарушающих авторские права веб-сайтов). Это может быть важно, например, для рассмотрения дел, связанных с судебными запретами на блокировку без штрафных санкций против интернет-посредников, которые касаются одного и того же сервиса, действующего в нескольких юрисдикциях, а также для рассмотрения дел о прямых нарушениях прав, связанных с одним и тем же контентом, одними и теми же правообладателями и одним и тем же сервисом, предоставляемых одновременно на территории разных стран. Кроме того, суды должны иметь право оценивать ущерб в глобальном масштабе, не ограничиваясь территорией своей юрисдикции.

25. IFPI поддерживает стремление ВОИС по продвижению базы данных WIPO ALERT. IFPI считает, что эта инициатива может сыграть решающую роль в сборе и обмене информацией о проблемных сайтах, которую предоставляют органы власти государств-членов ВОИС в интересах рекламной индустрии. Правительствам стран также следовало бы облегчить и стимулировать диалог на местах между правообладателями и посредниками для выработки совместных решений, которые схожи с кодексами поведения по блокированию веб-сайтов, список которых был согласован заинтересованными сторонами в Германии¹³, Португалии¹⁴, Дании¹⁵, Испании¹⁶, Нидерландах¹⁷ и Швеции¹⁸ или с меморандумами о взаимопонимании, согласованными между рекламодателями, рекламными посредниками и правообладателями.

[Конец доклада]

¹³ <https://cuii.info/ueber-uns/>.

¹⁴ <https://edri.org/our-work/portugal-voluntary-agreement-against-copyright-infringements/>.

¹⁵ <https://rettighedsalliancen.com/new-code-of-conduct-agreement-between-the-telecommunications-industry-and-the-rights-alliance-ensures-more-effective-enforcement/> and https://rettighedsalliancen.com/wp-content/uploads/2020/11/CoC_ENG.eksl_.Anneks.pdf.

¹⁶ <https://www.culturaydeporte.gob.es/actualidad/2022/01/220121-protocolo-antipirateria.html>.

¹⁷ <https://www.acm.nl/en/publications/agreement-among-internet-providers-and-copyright-holders-regarding-blocking-websites-illegal-content>.

¹⁸ <https://rattighetsalliansen.se/wp-content/uploads/2022/05/Branschoverenskommelse.pdf>.

СОБЛЮДЕНИЕ ТАМОЖЕННЫХ ПРАВИЛ В СФЕРЕ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ: ПОДХОД КОМПАНИИ DHL EXPRESS

*Доклад подготовили г-жа Сандра Фишер, руководитель отдела взаимодействия с таможенными службами; г-жа Аша Менон, вице-президент по вопросам соблюдения таможенных правил и нормативно-правового обеспечения; г-н Марсело Годой Ригобелло, вице-президент по вопросам таможенного сопровождения клиентов; и Гордон Райт, вице-президент по таможенным и нормативным вопросам ЕС, DHL Express, Дигем, Бельгия**

АННОТАЦИЯ

В мире, который стал более взаимосвязанным, чем могли себе представить предыдущие поколения, глобальная торговля как никогда важна. В условиях стремительного роста электронной торговли и пандемии COVID-19 количество товаров, пересылаемых по почте из одной страны в другую, значительно возросло, что вызвало новые проблемы в плане контроля за соблюдением таможенных и торговых правил. В настоящем документе представлен общий обзор подхода DHL Express к обеспечению соблюдения таможенных требований в своей сети, и рассказывается о том, в каких областях можно наладить сотрудничество с властями для решения проблем, связанных с несоблюдением требований.

I. ПОДХОД DHL EXPRESS К ОБЕСПЕЧЕНИЮ СОБЛЮДЕНИЯ ТАМОЖЕННЫХ ПРАВИЛ

1. Компания DHL Express полностью привержена соблюдению правил торговли. Соблюдение таможенных правил является одним из важнейших элементов культуры DHL Express, тем, что делает компанию привлекательной в глазах клиентов, а также этическим принципом нашей работы. Задача Группы по контролю соответствия требованиям в составе DHL Express состоит в том, чтобы обеспечивать устойчивый рост бизнеса, позволяя клиентам проводить соответствующие требованиям и эффективные международные торговые операции и при этом сотрудничать с властями.

2. В течение многих лет DHL Express проводит периодические упреждающие проверки, чтобы предотвратить попадание не соответствующих правилам отправок в свою глобальную сеть. Вот лишь некоторые примеры принимаемых мер:

- досмотр отправляемых авиатранспортом товаров перед вылетом (например, с помощью рентгеновского оборудования);
- физический досмотр/осмотр отправок (например, для своевременного выявления незадекларированных опасных для перевозки грузов); а также
- скрининг всех грузов для выявления запрещенных отправителей путем анализа данных (на основании информации об отправителе и получателе).

3. В дополнение к этим упреждающим проверкам DHL Express в настоящее время приступает к реализации Глобальной программы контроля за соблюдением таможенных правил с целью дальнейшего повышения надежности отправок и качества данных, указываемых грузоотправителями в товарно-транспортных накладных. Это позволит

* В настоящем документе отражена точка зрения автора, которая может не совпадать с мнениями Секретариата ВОИС или государств – членов Организации.

таможенным органам более целенаправленно оценивать риски и обеспечивать применение надлежащих процедур таможенного оформления.

4. DHL Express считает, что для успешной реализации программ внутрифирменного экспортного контроля необходимо активное сотрудничество с таможенными органами в процессе информационно-разъяснительной работы с грузоотправителями. Крайне важно, чтобы таможенные органы эффективно поддерживали прямую связь с грузоотправителями (т. е. со стороной, которая фактически предоставляет физические товары и соответствующие данные/информацию), объясняя значение предоставления высококачественных данных при осуществлении международных перевозок и полностью информировали их об их обязанностях в отношении перемещения товаров через границы.

II. ГЛОБАЛЬНАЯ ПРОГРАММА DHL EXPRESS ПО КОНТРОЛЮ ЗА СОБЛЮДЕНИЕМ ТАМОЖЕННЫХ ПРАВИЛ КОМПАНИИ

5. DHL Express объявила о Глобальной программе контроля за соблюдением таможенных правил, в рамках которой еще больше внимания будет уделяться информированию клиентов в отношении следующих четырех областей, связанных с риском:

- права интеллектуальной собственности (ПИС): для предотвращения отправки грузоотправителями товаров, нарушающих права интеллектуальной собственности, через DHL Express;
- занижение стоимости: чтобы грузоотправители не занижали указываемую в товарно-транспортных накладных стоимость товаров, с тем чтобы платить меньше в виде пошлин/налогов (или вообще не платить их в случае нулевой ставки);
- описания товаров: чтобы грузоотправители не предоставляли неполные/неточные данные о товарах, пытались действовать в обход систем контрольного досмотра; а также
- удостоверение личности отправителя и получателя: чтобы грузоотправители не указывали неточную информацию об отправителе/получателе, пытались препятствовать выявлению запрещенных отправителей/получателей.

6. Главной темой, которая красной нитью проходит через четыре вышеназванные области риска, является качество данных. Поэтому, поскольку DHL Express продолжает активно взаимодействовать со своими клиентами для повышения их осведомленности о важности предоставления полных и точных данных для обеспечения надежной доставки законных товаров службой DHL Express, крайне важно информировать грузоотправителей о том, что несоблюдение правил имеет серьезные и весьма ощутимые последствия.

7. В дополнение к информированию своих клиентов, DHL Express также продолжает обучать своих сотрудников в порядке внутреннего инструктажа и тренингов, а также совершенствует свои внутренние процедуры и инструменты управления рисками, чтобы снизить вероятность поступления несоответствующих правилам отправок в сеть DHL Express. Внутренние инициативы включают, в частности, следующее:

- усиление мер контроля за открытием новых счетов во избежание регистрации известных соответствующим органам правонарушителей;
- применение в тестовом режиме средств анализа данных и машинного обучения для упреждающего выявления и перехвата потенциально не соответствующих правилам грузов в странах происхождения; а также

- совершенствование систем бронирования отправок, чтобы помочь грузоотправителям давать полные и точные описания товаров при отправке с помощью DHL Express.



Рисунок 1: Примеры внутрифирменных плакатов DHL Express для более полного информирования сотрудников о четырех областях риска несоблюдения таможенных правил.

III. ПРАКТИЧЕСКИЕ МЕРЫ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ НАРУШЕНИЙ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

8. В составе отделения DHL Express в Гонконге действует специальная команда, которая ежедневно проверяет товары и тесно сотрудничает с таможенными органами Гонконга для выявления товаров, нарушающих ПИС. В течение 2020 и 2021 гг. DHL Express Hong Kong физически перехватила более 28 000 исходящих отправок для выявления товаров, подозреваемых в нарушении ПИС.



Рисунок 2: Сотрудники DHL Express в Гонконге проводят физический досмотр товаров, подозреваемых в нарушении ПИС.

9. В октябре 2021 г. в своем «благодарственном письме» таможенные органы Гонконга высоко оценили усилия DHL Express Hong Kong в области борьбы с контрабандой, благодаря которым на протяжении третьего квартала 2021 г. были конфискованы товары, нарушающие ПИС, и другие незаконные товары на сумму 7,6 млн гонконгских долларов. Это демонстрирует неизменную приверженность сотрудников DHL Express Hong Kong соблюдению правил торговли.

10. Американское отделение DHL Express, работая в тесном сотрудничестве с Погранично-таможенной службой США (СВР), занимается упреждающим перехватом и досмотром товаров, подозреваемых в нарушении ПИС, и оперативно поддерживает

программу добровольного отказа от нарушающих ПИС товаров¹. DHL Express USA имеет в своем распоряжении и использует специальные средства для выявления и удаления товаров, нарушающих ПИС, из своей сети, а также сотрудничает с отправителями для устранения из этой сети «недобросовестных грузоотправителей». В 2021 г. сотрудники DHL Express USA вместе с СВР физически перехватили более 3 500 отправок для выявления товаров, подозреваемых в нарушении ПИС, в результате чего были закрыты счета многих «недобросовестных грузоотправителей». Также в 2021 г. более 5 000 отправок на сумму 246,3 млн долл. США были переданы СВР для применения процедуры добровольного отказа от нарушающих ПИС товаров, что позволило американским налогоплательщикам сэкономить более 49 млн долл. США².

11. Отделение СВР в Цинциннати отметило, что их партнерские отношения с DHL имеют огромное значение, а помощь, оказываемая компанией в обнаружении нарушающих ПИС и запрещенных товаров, в значительной степени способствует выполнению СВР своих функций. Национальный координационный центр по правам интеллектуальной собственности (Центр ПИС) вручил DHL Express USA награду за то, что она является самым активным партнером в секторе экспресс-доставки и тесно сотрудничает с Центром ПИС, предоставляя информацию и оказывая оперативную поддержку в борьбе с контрафактными товарами.

12. Одной из потенциальных областей дальнейшего сотрудничества между регулирующими органами и поставщиками услуг экспресс-доставки, где можно добиться еще больших успехов в борьбе с нарушениями прав интеллектуальной собственности, является расширение обмена оперативными данными о не соблюдающих требования грузоотправителях, попавших в поле зрения соответствующих органов. В этой связи большое значение могут иметь скоординированные усилия всех заинтересованных сторон во всей цепочке поставок. Нарушители ПИС постоянно адаптируются к ситуации, продавая и перемещая не соответствующие требованиям товары через различные электронные торговые площадки и платформы социальных сетей, меняя маршруты доставки, используя разные компании-перевозчики и разные виды транспорта. Поэтому крайне важно обеспечить тесное сотрудничество и эффективный обмен информацией между всеми заинтересованными сторонами.

IV. РЕКОМЕНДАЦИЯ DHL ДЛЯ РЕГУЛИРУЮЩИХ ОРГАНОВ

13. Одна конкретная рекомендация заключается в том, чтобы органы власти (вместе с правообладателями) разработали и использовали единый централизованный список «нарушителей ПИС», к которому могут получать доступ банки, социальные сети, платформы онлайн-продаж и поставщики транспортных услуг. Эта база данных позволит координировать усилия всех заинтересованных сторон по предотвращению нарушений ПИС. Используя такую базу данных, DHL Express может, например, помечать нарушителей ПИС в своих внутренних системах, не позволяя им открывать счета, а также инициировать перехват отправок и предоставлять дополнительные сведения/информацию соответствующим органам (там, где это разрешено законом).

¹ Пилотная программа, в рамках которой таможня задерживает товары, подозреваемые в нарушении ПИС, а DHL предоставляет клиенту возможность либо отказаться от товара, либо оспорить решение таможни о том, что товары нарушают ПИС. Эта процедура позволяет таможне оперативно удалять из сети нарушающие ПИС отправления, избавляя от необходимости применять длительную процедуру наложения ареста и конфискации.

² Эта цифра взята из статьи о Погранично-таможенной службе США «Cincinnati CBP Breaks Records in Fiscal Year 2021» («Отделение СВР в Цинциннати бьет рекорды в 2021 финансовом году»), доступной по следующему адресу: <https://www.cbp.gov/newsroom/local-media-release/cincinnati-cbp-breaks-records-fiscal-year-2021>.

V. ПРОБЛЕМЫ

14. Несмотря на продолжающуюся работу по целому ряду направлений, остается множество проблем, которые могут быть решены совместными усилиями соответствующих отраслей и регулирующих органов. Среди таких проблем можно отметить следующие:

- Не все местные правоохранительные органы достаточно активно сотрудничают с DHL Express в процессе выявления или конфискации товаров, нарушающих ПИС.
- Не все правообладатели соблюдают установленные процедуры инициирования наложения ареста и конфискации отправляемых товаров, подозреваемых в нарушении ПИС, путем обращения в правоохранительные органы.
- Из-за недостаточно активного обмена информацией с правоохранительными органами DHL Express не может в дальнейшем совершенствовать и применять целенаправленный и основанный на оценке рисков подход к борьбе с нарушениями ПИС. Вот примеры того, как можно повысить эффективность сотрудничества для достижения более высоких результатов в процессе совместной деятельности:
 - сведения о наложении ареста и конфискации товаров сообщаются своевременно, на регулярной основе и в цифровом формате для облегчения дальнейшей обработки;
 - информация о конфискованных отправлениях включает сведения о товарах и расхождениях с информацией, указанной грузоотправителем в товаросопроводительной документации; а также
 - обработка и оформление властями товаров, нарушающих ПИС, выявленных DHL Express. В настоящее время DHL может либо уничтожить, либо вернуть отправление.
- Досмотр с помощью рентгеновского оборудования не помогает выявлять товары, нарушающие ПИС. Для проверки товаров на предмет нарушения ПИС приходится открывать каждую партию отправляемого груза, чтобы осмотреть содержимое и установить, содержит ли отправление какие-либо товары, вызывающие вопросы с точки зрения брендинга/авторских прав. Эти выполняемые вручную действия требуют дополнительных ресурсов и занимают очень много времени. Обмен данными с регулирующими органами и получение от них информации о рынке могут уменьшить объем этой неавтоматизированной работы.
- Грузовые отправления, содержащие товары, подозреваемые в нарушении ПИС, должны проверяться властями и при необходимости конфисковываться. Хранение таких товаров в ожидании результатов проверки отрицательно сказывается на складских возможностях DHL, а сокращение времени реагирования на нарушения уменьшит рабочую нагрузку.
- DHL не является правоохранительным органом и, следовательно, не наделено соответствующими полномочиями и не располагает оперативной информацией для того, чтобы остановить отправление.

VI. ЗАКЛЮЧЕНИЕ: ПРЕИМУЩЕСТВА АКТИВНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА С РЕГУЛИРУЮЩИМИ ОРГАНАМИ ДЛЯ ВСЕХ СТОРОН

15. Эффективные правоприменительные действия в отношении торговли, осуществляемой в нарушение действующих правил, требует подхода, в основе которого лежат оценка рисков и нейтрализация угроз, а также сотрудничество и обмен информацией между различными участниками всей цепочки поставок, такими как таможенные органы и компании экспресс-доставки. Операторы экспресс-доставки не уполномочены выполнять правоприменительные функции, но могут принимать необходимые меры для борьбы с нарушениями требований и правил, основываясь на информации, получаемой от таможенных органов.

16. DHL Express полностью привержена соблюдению правил торговли и постоянно помогает государственным органам в разных странах мира бороться с незаконной торговлей, предпринимая следующие действия:

- сотрудничество с таможенными органами и предоставление им точных и своевременных данных в электронной форме об отправляемых товарах для оценки связанных с ним факторов риска с самого начала процесса;
- перехват и выдача пересылаемых товаров, которые отмечены таможенными органами как не соответствующие правилам и требованиям;
- действия в отношении грузоотправителей, отмеченных таможенными органами как не соответствующие требованиям и правилам; а также
- предоставление таможенным органам дополнительной помощи и информации при проведении ими крупных расследований (например, сведений о грузоотправителях и грузополучателях, если это разрешено законом).

17. Как отмечено в настоящем докладе, DHL Express предпринимает все необходимые усилия и активно участвует в выявлении нарушений, предпринимая следующие действия:

- сотрудничает с таможенными органами;
- проводит проверки в местах отправления грузов, проверяя как физические товары, так и указанные в товаросопроводительной документации данные на предмет соответствия действующим правилам;
- использует средства анализа данных и машинного обучения для упреждающего выявления отправок, не соответствующих требованиям;
- предотвращает дальнейшее перемещение не соответствующих требованиям товаров в своей сети; а также
- закрывает счета не соответствующих требованиям грузоотправителей.

18. Поэтому для DHL Express важно, чтобы власти признавали и приветствовали предпринимаемые компанией усилия. DHL Express считает, что такое признание очень важно для того, чтобы компания продолжала делать все возможное, и что это беспроигрышная ситуация для таможенных органов, других государственных учреждений, клиентов и самой DHL Express.

19. И наконец, важно, чтобы соответствующие органы продолжали поддерживать и укреплять связь напрямую с грузоотправителями, объясняя им значение предоставления высококачественных данных о международных отправлениях и информируя их о том, что несоблюдение требований имеет серьезные и ощутимые последствия.

22. DHL Express полностью привержена соблюдению правил торговли и готова продолжать сотрудничать с таможенными органами, другими государственными учреждениями и участниками отрасли в рамках совместных пилотных проектов, целью которых является борьба с незаконной торговлей.

[Конец доклада]

ИНИЦИАТИВЫ MASTERCARD В ОБЛАСТИ ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ НАРУШЕНИЙ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

*Доклад подготовил г-н Джонатан Тривелас, вице-президент, группа по обеспечению эффективности бренда, Сектор работы с клиентами и эффективности, отделение Mastercard International, Перчейз, штат Нью-Йорк, Соединенные Штаты Америки**

АННОТАЦИЯ

Компания Mastercard активно участвует в борьбе с нарушением прав интеллектуальной собственности (ИС) и не допускает использования своего бренда, сети, программ или услуг для какой-либо незаконной деятельности. Важно отметить, что Mastercard не имеет прямых отношений с торговыми точками, принимающими к оплате карты Mastercard, и не предоставляет им никаких гарантий. Вместо этого торговая точка заключает договор с финансовым учреждением, называемым эквайером, или обслуживающим банком, и этот эквайер имеет прямые отношения с Mastercard в качестве лицензированного клиента. Клиенты Mastercard, торговые точки и все остальные участники сети обязаны соблюдать все применимые законы, правила и стандарты Mastercard.

Mastercard постоянно сотрудничает и тесно взаимодействует с правоохранительными органами, правообладателями и другими организациями по вопросам, касающимся предполагаемой незаконной деятельности, включая нарушения прав интеллектуальной собственности. У Mastercard также есть несколько программ и инструментов, помогающих эквайерам предотвращать незаконную деятельность, таких как система уведомления Mastercard для контроля высокого риска (связанного с торговыми точками) (Mastercard Alert to Control High-risk (MATCH™)) и мониторинг торговых точек (Merchant Monitoring Provider (MMP)).

I. РОЛЬ MASTERCARD В ПЛАТЕЖНОЙ ЭКОСИСТЕМЕ И ЧЕТЫРЕХСТОРОННЯЯ МОДЕЛЬ

1. Mastercard проводит различные операции по обработке платежей в разных объемах. Основной деятельностью Mastercard является обработка платежных операций по поручению своих клиентов. В этой основной деятельности обычно участвуют четыре стороны: Mastercard, финансовое учреждение, торговая точка и владелец карты. Финансовое учреждение выпускает платежные карты Mastercard для своих клиентов, которые являются физическими или юридическими лицами (владельцами карт). Банк, действующий в этом качестве, называется «эмитент» или «банк-эмитент». Затем владелец карты может использовать свою карту Mastercard для производства платежа торговой точке (например, физическому или интернет-магазину). Банк, который обеспечивает перечисление платежа банком-эмитентом владельцу карты продавцу, называется «эквайером» или «обслуживающим банком».

2. Владелец карты имеет договорные отношения со своим эмитентом, а торговая точка – со своим эквайером. Как эмитенты, так и эквайеры заключают контракты с Mastercard для

* В настоящем документе отражена точка зрения автора, которая может не совпадать с мнениями Секретариата ВОИС или государств – членов Организации.

осуществления платежных операций в качестве клиентов Mastercard. Mastercard не имеет прямых отношений с торговыми точками или держателями карт.

3. Платеж осуществляется эквайером, который получает от торговой точки платежное требование и отправляет его эмитенту владельца карты через сеть Mastercard. После этого эквайер получает платеж от эмитента через сеть Mastercard и зачисляет его на банковский счет торговой точки. Торговая точка должна заключить договор с эквайером, чтобы иметь возможность принимать платежи через карту Mastercard, и эквайер отвечает за идентификацию обслуживаемой им торговой точки и наблюдение за ее деятельностью.

4. Mastercard также устанавливает и поддерживает правила и стандарты, регулирующие все аспекты деятельности Mastercard, и одним из ее основополагающих принципов является законность. Mastercard не допускает использования своего бренда, сети, программ или услуг для какой-либо незаконной деятельности. Клиенты Mastercard, торговые точки и другие участники сети обязаны соблюдать все применимые законы, а также правила и стандарты Mastercard. У Mastercard есть программы для обнаружения незаконной деятельности, и компания обязана незамедлительно предпринимать соответствующие действия в случае ее обнаружения.

II. УСИЛИЯ MASTERCARD ПО БОРЬБЕ С НАРУШЕНИЯМИ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

A. ПОЛИТИКА MASTERCARD ПО БОРЬБЕ С ПИРАТСТВОМ

5. Проведение компанией Mastercard политики в отношении онлайн-продаж торговой точкой продуктов, нарушающих авторские права, и продуктов с поддельными товарными знаками («Политика по борьбе с пиратством»)¹ обеспечивается в рамках Программы Mastercard по оценке и снижению коммерческих рисков («BRAM») и считается неразрывно связанной с ней. В соответствии с этой политикой Mastercard получает как от правоохранительных органов, так и от других, не связанных с ними сторон (например, правообладателей и их уполномоченных представителей) информацию о продаже через интернет продукта или услуги, которые предположительно нарушают авторские права или права на товарные знаки другой стороны, и проводит расследования таких возможных нарушений.

B. ПРОГРАММА ПО ОЦЕНКЕ И СНИЖЕНИЮ КОММЕРЧЕСКИХ РИСКОВ

6. Программа оценки и снижения коммерческих рисков (BRAM) была разработана в 2005 г. для проведения расследований и принятия соответствующих мер в отношении клиентов, занимающихся незаконной деятельностью. Mastercard может узнать о потенциальном нарушении, получив соответствующую информацию от правоохранительных органов, правообладателей или в результате внутреннего расследования. Группа BRAM проводит расследование на основе такой информации и может «отследить» транзакцию, совершенную сайтом-нарушителем, чтобы подтвердить прием карт Mastercard для оплаты на этом сайте и установить личность эквайера или клиента Mastercard, услугами которых пользуется торговая точка.

7. Если установлено, что торговая точка потенциально не соответствует требованиям, эквайер этой торговой точки получает соответствующее уведомление. Эквайер должен проверить эту информацию и сообщить Mastercard о своих выводах и подтвердить, что любая незаконная деятельность прекращена. Если эквайер установил, что торговая точка

¹ Доступна по адресу: <https://www.mastercard.us/en-us/vision/who-we-are/terms-of-use/anti-piracy-policy.html>.

не занимается незаконной деятельностью, он должен предоставить Mastercard убедительные доказательства, подтверждающие этот вывод. Если выясняется, что торговая точка занимается незаконной деятельностью, и эквайер прекращает отношения с ней, он должен сообщить об этой торговой точке в MATCH (система уведомления Mastercard для контроля высокого риска). MATCH — это база данных о торговых точках, с которыми эквайер прекратил отношения из-за нарушений правил и стандартов Mastercard. По завершении расследования Mastercard использует вынесенное определение о несоответствии для предотвращения незаконной деятельности в будущем и для того, чтобы дать понять всем остальным, что незаконная деятельность в сети Mastercard недопустима.

а) Отмывание транзакций и другие проблемы

8. Отмывание транзакций (также называемое факторингом транзакций или факторингом) — это распространенная тактика, используемая торговыми точками, занимающимися незаконной деятельностью, чтобы избежать обнаружения незаконных операций эквайером и Mastercard, и запрещенная правилами и стандартами Mastercard. Отмывание транзакций происходит, когда торговая точка проводит платежи по незаконным операциям через аккаунт, который был открыт для другого веб-сайта. Сайт-нарушитель или веб-сайт, обрабатывающий платежи по незаконным операциям, неизвестен эквайеру. Например, торговая точка получает от эквайера разрешение на открытие счета для продажи обуви через веб-сайт goodsshoes.com. В процессе регистрации торговой точки эквайер проверяет сайт goodshoes.com, чтобы убедиться, что на нем не предлагаются незаконные продукты или услуги, а затем разрешает торговой точке обрабатывать платежи по карте Mastercard в качестве обувного магазина. Однако одновременно с этим торговая точка также использует сайт, предлагающий поддельные роскошные часы, под названием fakewatches.com, о котором не было сообщено эквайеру и о котором он не знает. Когда владелец карты совершает покупку на сайте fakewatches.com, транзакция направляется (или «отмывается») через аккаунт торговой точки, созданный для goodsshoes.com.

9. Эквайеры обязаны следить за тем, чтобы их торговые точки не занимались отмыванием транзакций. Mastercard признает, что может быть сложно обнаруживать и пресекать такие действия, но одним из эффективных способов стало сочетание надежной практики должной осмотрительности, эффективного мониторинга транзакций и споров, и использования технологии веб-сканирования для мониторинга контента веб-сайта.

10. Еще одна проблема Mastercard заключается в том, что компания не является ни экспертом в области прав интеллектуальной собственности, ни владельцем ИС, права на которую нарушаются. Mastercard также не имеет прямых отношений с торговой точкой и не располагает какой-либо информацией об ее собственности или ее договорных отношениях с другими сторонами. В результате Mastercard часто не может с уверенностью определить, что торговая точка продает продукт, нарушающий ИС, если этот факт не подтвержден владельцем прав ИС или правоохранительными органами.

б) Программа мониторинга торговых точек

11. Существует несколько сторонних провайдеров услуг мониторинга торговых точек (MMSP), которые помогают эквайерам отслеживать незаконную деятельность, в том числе обнаруживать признаки отмывания транзакций. Mastercard создала дополнительную программу мониторинга торговых точек (MMP). Компания рекомендует эквайерам регистрировать своих MMSP в базе данных Mastercard и представлять ежемесячные отчеты, в которых указывается, какие URL-адреса каких торговых точек отслеживаются, чтобы учитывать информацию о возможном несоответствии правилам. Если торговая точка, за

которой ведется наблюдение в рамках MMP, впоследствии идентифицируется Mastercard как занимающаяся незаконной деятельностью и/или отмыванием, а эквайер выполнил все требования MMP, Mastercard может частично смягчить применимые заключения о несоответствии. Установлены следующие требования: эквайер обязан зарегистрировать MMSP в Mastercard, MMSP должны постоянно наблюдать за помеченной в качестве нарушителя торговой точкой, а эквайер/MMSP должны представлять Mastercard ежемесячные отчеты, подтверждающие, что такой мониторинг осуществляется, причем эквайер должен предпринять незамедлительные действия, получив уведомление о выявлении торговой точки, нарушающей правила, в рамках BRAM, после чего эквайер/MMSP должны представить отчет об инциденте в отношении торговой точки, выявленной в качестве нарушителя.

с) Партнерские отношения

12. Каждый год Mastercard рассматривает сотни случаев нарушения прав интеллектуальной собственности (ПИС), когда с веб-сайта торговой точки удаляется незаконный контент или она лишается возможности принимать карты Mastercard. Эффективность программы BRAM основывается на партнерских отношениях, поскольку нарушения прав интеллектуальной собственности не всегда легко выявить, и во многих случаях факт нарушения должен быть подтвержден владельцем прав ИС. Mastercard регулярно взаимодействует с правоохранительными органами, такими как Королевская канадская конная полиция и лондонская полиция, которые регистрируют жалобы потребителей и передают дела в Mastercard для принятия мер. Mastercard также регулярно взаимодействует с отраслевыми группами, такими как Международная коалиция по борьбе с контрафакцией (IACC) и Ассоциация кинокомпаний (MPA), членами которых являются правообладатели. Благодаря этим партнерским отношениям участвующие бренды могут передавать дела в Mastercard для расследования. Кроме того, сами правообладатели могут напрямую передавать дела в Mastercard, как указано в Политике Mastercard по борьбе с пиратством.

С. MATCH™

13. Используемая Mastercard система уведомления для контроля высокого риска (связанного с торговыми точками) (MATCH™) позволяет эквайерам получать и проверять информацию о повышенном или инкрементном риске перед заключением соглашений с торговыми точками. MATCH — это инструмент, который помогает эквайерам выявлять торговые точки, потенциально связанные с высоким риском, — то есть тех, у кого были зафиксированы нарушения правил и стандартов, — в процессе комплексной проверки и до начала какого-либо сотрудничества с ними, и он является обязательным для эквайеров, лицензированных Mastercard, за исключением тех случаев, когда это запрещено местным законодательством. Когда эквайер рассматривает вопрос о том, можно ли подписать торговую точку для приема карт Mastercard к оплате, MATCH может помочь ему установить, имело ли место расторжение контракта между данной торговой точкой и другим эквайером из-за обстоятельств, соответствующих критериям включения в систему MATCH. Критерии включения в систему MATCH — это перечень причин, из-за которых торговая точка может оказаться в поле зрения этой системы, когда эквайер расторгает с ней отношения из-за того, что она нарушила правила и стандарты Mastercard. Например, если обнаружено, что торговая точка обрабатывала незаконные транзакции, это будет соответствовать критериям, требующим от эквайера включения данной торговой точки в систему MATCH с обозначением причины соответствующим кодом. Каждый код причины конкретно указывает, почему торговая точка была включена в MATCH, чтобы впоследствии любой эквайер знал о том, что произошло ранее. Эта информация может повлиять на решение эквайера о том,

следует ли работать с этой торговой точкой и/или нужно ли предпринять определенные действия или выполнить определенные условия для мониторинга и снижения потенциального риска. Однако важно отметить, что MATCH не является каким-то черным списком, поскольку эквайерам не запрещается регистрировать торговую точку, указанную в MATCH.

III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

14. Mastercard стремится бороться с нарушениями прав ИС и обеспечивать функционирование безопасной, интеллектуальной и защищенной глобальной платежной сети. Mastercard считает, что партнерские отношения и обмен информацией с группами правообладателей, платежными сетями, правоохранительными и государственными органами, которые совместными усилиями стараются выявлять нарушения и лишать нарушителей возможности принимать карты Mastercard и использовать другие платежные механизмы, имеют решающее значение для борьбы с нарушениями ПИС. Лишение злоумышленников возможности получать средства имеет решающее значение для пресечения их незаконной деятельности. Mastercard готова продолжать участвовать в обсуждении вариантов и методов предотвращения, выявления и смягчения последствий нарушений прав ИС, а также вопросов о том, как можно налаживать дальнейшие партнерские отношения в этой области.

[Конец документа]