

СРАВНИТЕЛЬНО-ПРАВОВОЙ АНАЛИЗ СУДЕБНОЙ ПРАКТИКИ РФ И ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН ПО ДЕЛАМ О НАРУШЕНИИ ПРАВ НА ТОВАРНЫЕ ЗНАКИ НА МАРКЕТПЛЕЙСАХ

Романко А.А. (ИТМО)

Научный руководитель – доцент (квалификационная категория "доцент практики"), факультет технологического менеджмента и инноваций Родионова Е.М. (ИТМО)

Введение. В условиях стремительного роста электронной коммерции и увеличения популярности онлайн-маркетплейсов вопрос защиты прав интеллектуальной собственности, в частности товарных знаков, становится все более актуальным. Маркетплейсы предоставляют удобные платформы для продажи товаров, однако их использование также сопряжено с рисками, такими как продажа контрафактной продукции, что может нарушать права владельцев товарных знаков. Основной проблемой в данной области является определение ответственности маркетплейсов за нарушения прав на товарные знаки, а также выявление эффективных подходов к защите этих прав.

Целью настоящего исследования является анализ зарубежной судебной практики, касающейся защиты прав на товарные знаки на маркетплейсах, и сравнение ее с российской практикой. Это позволит выявить ключевые различия и сходства в подходах, а также предложить рекомендации для совершенствования российской правоприменительной практики.

Основная часть. Международные соглашения играют важную роль в унификации подходов к охране и защите прав на товарные знаки. Одним из ключевых документов в этой области является Парижская конвенция по охране промышленной собственности, которая устанавливает принцип национального режима и обеспечивает минимальные стандарты защиты [1]. Исходя из этого, важно рассмотреть особенности национального законодательства, чтобы проанализировать выводы судов различных стран и выявить как общие тенденции развития, так и различия прецедентов.

Так, в Российской Федерации основным источником правового регулирования товарных знаков является Гражданский кодекс РФ (глава 76) (далее - ГК РФ) [2], а в странах Европейского союза (далее - ЕС) - регламенты и директивы.

При анализе популярных судебных рейсов европейских стран, стоит обратиться к делу между «L'Oréal SA» и «eBay International AG». Суд ЕС постановил, что операторы интернет-аукционов несут ответственность за продажу на их сайтах поддельных товаров. Это касается случаев, в которых платформа знала о продаже подделки, но не заблокировала доступ к товарам или способствовала их продвижению. Оператор также обязан оказать содействие при идентификации продавцов поддельных товаров. Данный подход способствует не только охране и защите прав на товарные знаки, но и повышению доверия со стороны пользователей платформ.

Российская судебная практика склонна признавать маркетплейсы информационными посредниками, где ответственность наступает на общих основаниях при наличии вины и с учетом особенностей ст. 1253.1 ГК РФ. Например, в деле А41-73925/2020 между ИП Блохиной С.С. и ООО «ВАЙЛДБЕРРИЗ» последний был квалифицирован как информационный посредник, что привело к отказу в удовлетворении исковых требований [3].

При помощи сравнительного анализа зарубежной и российской судебной практики, а также национального законодательства и внутренних правил интернет-площадок для продаж, возможным будет разработать и представить рекомендации по улучшению системы охраны и защиты товарных знаков, используемых в онлайн-продажах:

1. Определить единые правила идентификации продавцов на маркетплейсах;
2. Обязать маркетплейсы осуществлять регулярный мониторинг документов об оригинальности товара продавца и правомерного использования товарного знака, а также активность продаж;
3. Стимулировать развитие саморегулирования маркетплейсов в борьбе с контрафактом.

Выводы. В ходе проведенного исследования был осуществлен анализ судебной практики зарубежных стран по делам о нарушении прав на товарные знаки в контексте онлайн-торговли, а также рассмотрены особенности российской практики. Это позволило понять, что их правовое регулирование в различных странах отличается друг от друга, влияя на решения судов.

Перспективы дальнейших исследований включают углубленное изучение эффективности различных законодательных подходов к регулированию ответственности маркетплейсов, а также анализ влияния новых технологий, таких как искусственный интеллект и блокчейн, на защиту прав на товарные знаки. Кроме того, важно рассмотреть возможность гармонизации международных стандартов в этой сфере, что может способствовать более эффективной защите прав владельцев товарных знаков на глобальном уровне.

Список использованных источников

1. Парижская конвенция по охране промышленной собственности от 20.03.1883 (Ратифицирована Указом Президиума Верховного Совета СССР от 19 сентября 1968 года № 3104-VII) // Международные договоры и соглашения в области охраны интеллектуальной собственности - изд. 3-е, дополненное - М., 2001.
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации. Часть четвертая: Федеральный закон от 18.12.2006 № 230-ФЗ // Собрание законодательства РФ. 2006. № 52.
3. Постановление суда по интеллектуальным правам от 14.04.2022 по делу А41-73925/2020 - URL: <https://clck.ru/3GSAMJ> (дата обращения: 10.02.2025).