

## Консультативный комитет по защите прав

### Четырнадцатая сессия

Женева, 2–4 сентября 2019 г.

### ИНИЦИАТИВЫ ПО ПРЕДОТВРАЩЕНИЮ ПЛАТНОЙ РЕКЛАМЫ НА САЙТАХ, НАРУШАЮЩИХ АВТОРСКОЕ ПРАВО

*Доклады подготовлены Италией и Европейской комиссией*

1. На тринадцатой сессии Консультативного комитета по защите прав (ККЗП), состоявшейся 3–5 сентября 2018 г., Комитет постановил рассмотреть на своей четырнадцатой сессии, помимо прочего, вопросы, связанные с «обменом информацией о национальном опыте, касающемся институциональных механизмов в области политики и режимов защиты прав ИС, включая механизм сбалансированного, комплексного и эффективного урегулирования споров по вопросам ИС». В рамках этой работы в настоящем документе представлены доклады, подготовленные одним государством-членом (Италия) и одним членом, не являющимся государством (Европейская комиссия), касающиеся институциональных механизмов для искоренения бизнес-модели, которую используют нарушающие авторское право веб-сайты, при помощи стратегии «отслеживания финансовых потоков». Ключевым элементом такой стратегии является стремление пресечь возможность получения операторами подобных веб-сайтов прибыли от размещения законной платной рекламы на своих незаконных веб-сайтах.

2. В докладе итальянской Службы по надзору в сфере коммуникаций (AGCOM) объясняется ее роль в предотвращении нарушений авторского права в цифровой среде. AGCOM осуществляет административную юрисдикцию, в соответствии с которой правообладатели или их представители могут подавать жалобы с просьбой о пресечении нарушений, совершенных через онлайн-сервисы. Если жалоба касается веб-сайта, который размещен на сервере, находящемся в Италии, AGCOM может предписать хостинг-провайдеру удалить нарушающее ПИС произведение с соответствующего веб-сайта. Если сервер находится за рубежом, AGCOM может предписать поставщикам интернет-услуг, находящимся в Италии, отключить доступ к сайту-нарушителю посредством блокировки DNS-сервера или конкретного IP-адреса. AGCOM инициировала производство по 1 021 делу, в результате чего было выдано 887

предписаний о блокировке веб-сайтов в связи с выявлением массовых нарушений авторского права. AGCOM осознает важную роль, которую играет реклама в бизнес-модели пиратства, и призывает к тесному сотрудничеству между правообладателями, поставщиками интернет-услуг и другими посредниками для предотвращения получения пиратскими сайтами прибыли от рекламы.

3. В докладе Европейской комиссии сообщается, что в октябре 2016 г. в рамках реализации стратегии «отслеживания финансовых потоков», направленной на противодействие пиратству в области авторского права, были начаты переговоры между правообладателями, рекламодателями и рекламными посредниками, которые пришли к неофициальной договоренности относительно набора руководящих принципов для выработки меморандума о взаимопонимании об интернет-рекламе и правах интеллектуальной собственности (MoV). 25 июня 2018 г. MoV был подписан 14 компаниями и 14 ассоциациями, в том числе правообладателями, рекламными агентствами и техническими посредниками. Основная цель MoV заключается в том, чтобы свести к минимуму размещение рекламы на веб-сайтах и в мобильных приложениях, нарушающих ПИС в коммерческих масштабах, и таким образом уменьшить прибыль, получаемую такими веб-сайтами или приложениями. По предварительным оценкам, благодаря подписанию MoV объем рекламы на пиратских веб-сайтах снизился. Однако для более полной оценки эффективности MoV было поручено провести внешнее исследование, результаты которого должны быть опубликованы во второй половине 2019 г.

4. Доклады представлены в следующем порядке:

Роль итальянской Службы по надзору в сфере коммуникаций в решении вопросов, связанных с интернет-рекламой на веб-сайтах, нарушающих права интеллектуальной собственности.....	3
Сотрудничество заинтересованных сторон в соответствии с меморандумом о взаимопонимании по вопросу об интернет-рекламе и правах интеллектуальной собственности – обновленная информация от Европейской комиссии .....	9

[Доклады следуют]

## РОЛЬ ИТАЛЬЯНСКОЙ СЛУЖБЫ ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ В РЕШЕНИИ ВОПРОСОВ, СВЯЗАННЫХ С ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМОЙ НА ВЕБ-САЙТАХ, НАРУШАЮЩИХ ПРАВА ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ

*Доклад подготовил г-н Джорджио Грегги, заместитель директора, группа по правам в цифровом секторе, Управление аудиовизуальных материалов, Служба по надзору в сфере коммуникаций (AGCOM), Рим, Италия\**

### АННОТАЦИЯ

Итальянская Служба по надзору в сфере коммуникаций (AGCOM) отвечает за защиту авторских прав в интернете. С начала ее деятельности правообладателями было подано 1 576 жалоб, 49 процентов из которых касались аудиовизуальных материалов на специализированных веб-сайтах. В настоящем документе представлена информация о различных полномочиях AGCOM и приводятся конкретные цифры, свидетельствующие о результатах ее практической деятельности. В заключительном разделе представлена информация, полученная AGCOM в рамках защиты авторских прав в случаях частого использования на пиратских веб-сайтах рекламного контента, касающегося различных брендов, в том числе известных товарных знаков. В этой связи особого внимания заслуживают два вопроса, а именно: (i) безопасность бренда в связи с рекламой продукции; и (ii) необходимость повышения информированности о так называемой стратегии «отслеживания финансовых потоков» в целях пресечения использования брендов для финансирования пиратских веб-сайтов. В обоих случаях правообладатели и посредники должны принимать непосредственное участие в мерах по предотвращению появления рекламных материалов на сайтах-нарушителях или по защите основополагающих прав интеллектуальной собственности. Действительно, до тех пор, пока бизнес-модели сайтов-нарушителей, существующих за счет доходов от интернет-рекламы, остаются неприкосновенными, любая стратегия в области борьбы с интернет-пиратством будет неэффективной.

### I. ФУНКЦИИ СЛУЖБЫ ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ КОММУНИКАЦИЙ (AGCOM) В ВОПРОСАХ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ НАРУШЕНИЯМ АВТОРСКОГО ПРАВА В ИНТЕРНЕТЕ

1. Итальянская Служба по надзору в сфере коммуникаций (AGCOM)<sup>1</sup> является независимым государственным органом, учрежденным в соответствии с законом № 249 от 31 июля 1997 г. Она является единым специализированным органом, наделенным регулирующими надзорными функциями в области телекоммуникаций, печати, в аудиовизуальном и издательском секторах. В соответствии с Постановлением 680/13/CONS от 12 декабря 2013 г. (Постановление)<sup>2</sup> AGCOM использовал предоставленные ему полномочия и разработал подробные процедуры по урегулированию административных вопросов, касающихся защиты авторских прав в

\* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат автору и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

<sup>1</sup> *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni*.

<sup>2</sup> С текстом Постановления на итальянском языке, включая последние изменения, о которых идет речь ниже, можно ознакомиться, перейдя по следующей ссылке:

<https://www.agcom.it/documents/10179/12343059/Allegato+18-10-2018+1539880733010>

интернете, и проведению образовательных и информационно-просветительских мероприятий в целях предотвращения правонарушений.

2. Постановление состоит из пяти глав. В первой главе даются определения (частично повторяющие определения из итальянского Закона об авторском праве № 633 от 22 апреля 1941 г.) и определяются цель и сфера охвата деятельности AGCOM в этой области. Из сферы компетенции AGCOM прямо исключаются случаи обмена файлами между пользователями и другие виды деятельности с непосредственным участием конечных пользователей.

3. Вторая глава касается мер, которые AGCOM может разрабатывать в целях поощрения законного распространения и правовой охраны произведений в цифровом формате. AGCOM оказывает содействие обучению пользователей и содействует законному использованию онлайн-контента, а также разработке инновационных и конкурентоспособных коммерческих предложений.

4. Третья и четвертая главы Постановления касаются процедур исполнительного производства в случае нарушения авторских прав в интернете или их нарушения аудиовизуальными или радиовещательными компаниями.

5. Подать жалобу и возбудить дело могут только правообладатели или их представители. Все другие заинтересованные стороны (например, поставщики интернет-услуг, те, кто загружает интернет-материалы, и владельцы веб-страниц/веб-сайтов) впоследствии становятся участниками соответствующих разбирательств, в рамках которых они осуществляют свое право на защиту и представляют надлежащую документацию.

6. При рассмотрении случаев фактического нарушения авторских прав в онлайн-среде AGCOM может принимать различные меры в зависимости от местонахождения сервера, на котором размещен соответствующий веб-сайт и контент:

- если сервер находится в Италии, собственной юрисдикции AGCOM, орган может предписать хостинг-провайдеру удалить нарушающее права интеллектуальной собственности (ПИС) произведение с соответствующего веб-сайта; и
- если сервер находится за рубежом, то в связи с отсутствием возможности добиться выборочного удаления незаконного контента (что требует проведения глубокого анализа пакетов, а это запрещено в соответствии с законодательством Европейского союза (ЕС)), AGCOM может предписать поставщикам интернет-услуг, находящимся в Италии, отключить доступ к сайту-нарушителю и заблокировать DNS-сервер или IP-адрес.

7. Обычный срок рассмотрения нарушений составляет 35 рабочих дней, при этом в отношении случаев, когда нарушения носят массовый характер (например, большое число нарушающих ПИС произведений, веб-сайты только с пиратским контентом) и/или наносят серьезный ущерб правообладателям (например, в случае размещения совсем недавно созданных произведений), предусмотрена ускоренная процедура. В этих случаях AGCOM издает распоряжение в течение 12 рабочих дней.

8. В целях определения серьезности и масштабов нарушения в Постановлении также приводятся отдельные классифицирующие признаки. Некоторые из них взяты из национального прецедентного права и прецедентного права ЕС, а также из Уголовного кодекса Италии. Другие касаются характера произведений или стиля и характера веб-сайтов.

9. К основным факторам, которые следует учитывать, относятся следующие:

- прецеденты AGCOM и прецедентное право;
- количество цифровых произведений, предлагаемых на соответствующих вебсайтах;
- первый показ произведения (этот критерий строго связан с цепочками создания стоимости аудиовизуальных произведений и, если первый показ (выход на широкий экран) является непродолжительным по сроку и весьма успешным, то это событие подлежит быстрому отслеживанию);
- рыночная стоимость нарушенных прав и размеры ущерба, понесенного правообладателями;
- пропагандирование или содействие потреблению незаконного контента;
- наличие вводящих в заблуждение утверждений относительно законности предлагаемых услуг;
- предоставление технической информации о средствах незаконного доступа к цифровым произведениям;
- прибыль, получаемая через соответствующий веб-сайт; и
- субъект, подающий жалобу (например, если жалоба подана организацией коллективного управления или отраслевой ассоциацией).

10. Кроме того, в соответствии со статьей 2 европейского закона 2017 г. (национального закона, ежегодно принимаемого в целях осуществления обязательств, вытекающих из законодательства ЕС) введены новые положения по вопросам, касающимся авторского права<sup>3</sup>. Новые положения имеют прямое отношение к компетенции AGCOM в области защиты авторских прав в интернете и затрагивают наиболее спорные вопросы, которые возникли в ходе практического применения статей Постановления. В частности, в соответствии с основными поправками были введены еще две процедуры ускоренного производства.

11. Во-первых, поправки внесли большую ясность в вопрос об отношении к сайтам, которые были заблокированы в прошлом, но регулярно вновь появлялись под разными DNS-именами (так называемые «сайты под псевдонимом»). После того, как AGCOM издала распоряжение, правообладатель может инициировать процедуру ускоренного производства, уведомив AGCOM о том, что нарушение повторилось. В течение трех дней, в случае подтверждения факта повторения нарушения, вновь зарегистрированные веб-сайты включаются в список веб-сайтов-нарушителей, в отношении которых интернет-провайдеры должны принять меры.

12. При выявлении повторного нарушения AGCOM учитывает такие факторы, как сходство доменного имени, совпадение IP-адреса, ссылки на веб-сайте на одни и те же профили/группы в социальных сетях, личность владельца регистрации доменного имени и макет и графика веб-сайта.

13. Во-вторых, заявитель может ходатайствовать о принятии обеспечительных мер на основании риска неминуемого нанесения серьезного и непоправимого ущерба, который может возникнуть в результате незаконного «пользования» аудиовизуальных

---

<sup>3</sup> Закон 167 от 20 ноября 2017 г. доступен по адресу: <https://www.normattiva.it/uri-res/N2Ls?urn:nir:stato:legge:2017-11-20;167>.

произведений в интернете (например, во время их показа в кинотеатрах). В таких случаях AGCOM необходимо принять меры в течение трех дней с момента получения заявления. Если выносится предупредительный приказ, хостинг-провайдеры или интернет-провайдеры должны исполнить его в течение двух дней. Получатель такого предупредительного приказа в течение пяти дней с момента его получения может подать апелляцию, которая приостанавливает действие такого приказа. Если приказ не обжалован, он остается в силе и дальнейшему обжалованию не подлежит.

14. В обоих случаях AGCOM теперь имеет право принимать предупредительные меры и обновлять список используемых веб-сайтами-нарушителями DNS-имен в рамках временного разбирательства, которое гораздо эффективнее и высоко ценится правообладателями.

## **II. ЦИФРЫ И ФАКТЫ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ AGCOM**

15. В течение пяти лет, прошедших с момента вступления Постановления в силу, в AGCOM поступило 1 576 жалоб, и поток жалоб по всей видимости растет. Большинство жалоб касаются нарушений в онлайн-среде, и лишь немногие из них были поданы в связи с нарушениями в сфере аудиовизуальных или радио-медийных услуг. Жалобы касаются главным образом аудиовизуальных (фильмы, телесериалы, прямые трансляции футбольных матчей) и музыкальных произведений и, в меньшей степени, изображений и печатных произведений, таких как газеты и журналы. Из всех жалоб 49 процентов касались аудиовизуального контента на специализированных веб-сайтах.

16. Технические средства, применяемые для совершения правонарушений, весьма различны и постоянно меняются. Наряду с использованием традиционных файлообменных веб-сайтов, таких как торрент и пиратские потоковые платформы, был отмечен переход от технологий скачивания, которые требуют от пользователя некоторых технических навыков, к более удобным вариантам, таким как потоковые сети.

17. Затрагиваемые правонарушениями аудиовизуальные произведения доступны в интернете главным образом в качестве контента для потоковой передачи (около 60 процентов), в то время как незаконный доступ к музыкальным произведениям можно получить как при прямом просмотре (потоковой передаче), так и при скачивании.

18. По 1 021 жалобе были начаты официальные разбирательства. Аудиовизуальные и музыкальные произведения являются двумя категориями произведений, в отношении которых зафиксировано наибольшее число разбирательств, и поэтому ускоренные процедуры разбирательств за массовые нарушения были возбуждены в первую очередь в отношении этих категорий произведений.

19. Значительный объем добровольно удаляемого незаконного контента является впечатляющим показателем эффективности Постановления: около 34 процентов дел закрываются без вынесения AGCOM окончательного, не подлежащего обжалованию распоряжения, что предусмотрено данным Постановлением. Почти 100 процентов дел, связанных с итальянскими серверами, были прекращены в результате добровольного удаления незаконного контента.

20. Однако, несмотря на столь хорошие результаты, в отношении случаев массовых нарушений авторских прав в соответствии с Постановлением было вынесено 887 распоряжений о блокировке DNS-сайтов. Все указанные в них заблокированные сайты размещались на серверах, расположенных за рубежом, а Cloudflare Inc., Ecatel, Private Layer Inc. и Ovh SAS были компаниями, предоставляющими хостинг или услуги кэширования и реверсного проксирования. Кроме того, 61 процент серверов находился в

Соединенных Штатах Америки, 3,4 процента - в Канаде, 6,8 процента – в Нидерландах и 2,4 процента – в Сингапуре, а остальные серверы были размещены в ряде других стран.

21. Интересно, что исходя из коммерческой ценности контента, предоставляемого через веб-сайты-нарушители (учитывая предположительную стоимость приобретения соответствующих прав), можно сделать вывод о том, что нарушения являются экономически мотивированными и не связаны с каким-либо утверждением свободы выражения мнений или какими-либо заблуждениями со стороны отдельных пользователей.

22. В результате анализа сервисов, используемых для обеспечения анонимности в интернете, получен важный показатель реального назначения этих сайтов. Фактически 58,3 процента заблокированных сайтов обслуживались такими специализированными компаниями, как Whoisguard Inc, Whois Privacy Protection Service и Contact Privacy Inc., которые скрывали личность владельца регистрации.

### **III. ЗАМЕЧАНИЯ ПО ВОПРОСУ О ЗАКОННОМ РАЗМЕЩЕНИИ РЕКЛАМЫ НА ПИРАТСКИХ ВЕБ-САЙТАХ**

23. Коммерческая цель деятельности любого незаконного веб-сайта также подтверждается изобилием рекламных объявлений на соответствующих страницах. Содержание рекламы варьируется в зависимости от обстоятельств. Однако в ходе своей деятельности AGCOM заметила присутствие рекламы различных брендов на специализированных незаконных веб-сайтах. Примерами, в частности, являются ведущие производители автомобилей, платежные и букмекерские платформы и даже некоторые лекарственные препараты.

24. Примечательно, что эти выводы, похоже, противоречат «золотому правилу» безопасности бренда, согласно которому ассоциирование бренда с незаконным контентом или каналами таит в себе риск нанесения репутационного ущерба. Более того, сочетание бренда и среды, в которой этот бренд рекламируется, может оказать самое неожиданное воздействие на получателей такой рекламы, например, вызвать смех в случае абсурдного или неверного результата, и даже возмущение и гнев, когда затрагиваются спорные и чувствительные вопросы. Это может иметь непредвиденные последствия для признания и успеха соответствующего товара.

25. Поскольку правообладатели осуществляют незначительный контроль за рыночной средой цифровой рекламы и лишь в той части, которая касается взаимодействия между создателями веб-сайтов и специализированными посредниками, обеспечение безопасности бренда является серьезной проблемой для всех правообладателей, желающих рекламировать свои фирменные товары и услуги в интернете.

26. Вместе с тем размещение рекламного контента на незаконных веб-сайтах влияет не только на меры по обеспечению безопасности брендов, но и на стратегию и подход, основанные на принципе «отслеживания финансовых потоков». Поскольку деятельность незаконных веб-сайтов нацелена на получение прибыли, следует признать, что до тех пор, пока их операторы могут извлекать из такой деятельности финансовые выгоды, антипиратская стратегия будет иметь весьма ограниченный эффект. В этой связи необходимо принять меры с целью сократить их денежные потоки и разорвать порочный круг рекламы, которая является ключевым элементом бизнес-модели таких веб-сайтов.

27. Для достижения этой цели необходимо действовать в двух направлениях. С одной стороны, необходимо повышать информированность не только среди отдельных пользователей (потребителей), на которых неизменно и главным образом направлена

такая деятельность, но и среди специалистов соответствующих отраслей. В этой связи необходимо проводить специальные информационные кампании и предпринимать инициативы в области образования (особенно среди молодых учащихся и студентов) по вопросам охраны авторского права и товарных знаков в целях повышения осведомленности о возможностях и угрозах в цифровой среде.

28. С другой стороны, как правообладатели, так и посредники должны принимать непосредственное участие в деятельности по предотвращению появления рекламного контента на веб-сайтах-нарушителях и защите основополагающих прав интеллектуальной собственности. Несмотря на то, что уже задействованы интернет-провайдеры, со стороны поисковых систем, платежных посредников, провайдеров альтернативных DNS, администраторов наименований и рекламных агентств также требуется тесное сотрудничество с целью не допустить совершения противозаконных действий при оказании рассматриваемых услуг. В этой связи пилотный проект по созданию базы данных ВОИС по обеспечению уважения интеллектуальной собственности, представляющий собой инициативу в области создания глобальной централизованной базы данных о веб-сайтах, нарушающих авторские права<sup>4</sup>, несомненно, является полезным инструментом и служит эффективному решению задач в области укрепления международного сотрудничества и повышения осведомленности, а также помогает участникам рынка избежать угроз в цифровой среде.

[Конец доклада]

---

<sup>4</sup> См. ВОИС (2019), Проект «База данных ВОИС по обеспечению уважения ИС» (документ WIPO/ACE/14/9), размещен по адресу: [https://www.wipo.int/meetings/en/doc\\_details.jsp?doc\\_id=439052](https://www.wipo.int/meetings/en/doc_details.jsp?doc_id=439052)

## СОТРУДНИЧЕСТВО ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН В СООТВЕТСТВИИ С МЕМОРАНДУМОМ О ВЗАИМОПОНИМАНИИ ПО ВОПРОСУ ОБ ИНТЕРНЕТ- РЕКЛАМЕ И ПРАВАХ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ – ОБНОВЛЕННАЯ ИНФОРМАЦИЯ ОТ ЕВРОПЕЙСКОЙ КОМИССИИ

*Доклад подготовила г-жа Наталья Зебровска-Мамаис, сотрудник по вопросам политики, Интеллектуальная собственность и борьба с контрафакцией, Генеральное управление по вопросам внутреннего рынка, отрасли, предпринимательства и МСП (DG Grow), Европейская комиссия, Брюссель, Бельгия*

### АННОТАЦИЯ

Интернет-сайты и мобильные приложения, обеспечивающие доступ к нарушающим права интеллектуальной собственности (ПИС) контенту, товарам или услугам в коммерческих масштабах, используют продажу рекламного пространства в качестве одного из источников своих доходов. В сложных условиях существующей интернет-рекламы неправильное размещение рекламы становится одной из проблем, при этом сами владельцы брендов часто не знают, где в конечном итоге размещается реклама их брендов. Для решения этой задачи Европейская комиссия содействовала заключению добровольного соглашения между представителями рекламного сектора. Стороны, подписавшие меморандум о взаимопонимании по вопросам интернет-рекламы и прав интеллектуальной собственности, обязались сотрудничать в целях ограничения неправильного размещения рекламы в интернете. Эта инициатива осуществляется в соответствии с используемым в целях защиты ПИС подходом Европейской комиссии, основанном на принципе «отслеживания финансовых потоков», предусматривающим принятие политических мер, которые позволяют выявлять и блокировать денежные потоки в связи с осуществляемой в коммерческих масштабах деятельностью по нарушению ПИС.

### I. ПОДХОД НА ОСНОВЕ ПРИНЦИПА «ОТСЛЕЖИВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ ПОТОКОВ» ПРИМЕНИТЕЛЬНО К ЗАЩИТЕ ПРАВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОСТИ СОБСТВЕННОСТИ

1. В 2014 г. Европейская комиссия рекомендовала использовать применительно к защите прав интеллектуальной собственности (ПИС) так называемый подход на основе принципа «отслеживания финансовых потоков». В ноябре 2017 г. Европейская комиссия подтвердила свою приверженность такому подходу, представив ряд новых мер по уменьшению масштабов контрафакции и пиратства<sup>1</sup>.

2. Подход на основе принципа «отслеживания финансовых потоков» предусматривает разработку политических мер, которые вместо того, чтобы наказывать граждан за нарушение авторских прав, прав на товарные знаки и т.д., позволяют выявлять и блокировать денежные потоки в связи с осуществляемой в коммерческих масштабах деятельностью по нарушению ПИС. Целью такого подхода является устранение

---

\* Мнения, выраженные в настоящем документе, принадлежат автору и могут не совпадать с мнениями Секретариата или государств-членов ВОИС.

<sup>1</sup> Дополнительная информация представлена по адресу: [https://ec.europa.eu/growth/industry/intellectual-property\\_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/intellectual-property_en).

занимающихся мошенничеством коммерческих структур, которые действуют в ущерб интересам законных участников творческого и инновационного секторов.

3. На практике подход на основе принципа «отслеживания финансовых потоков» преобразуется в добровольные договоренности между предприятиями отрасли. До сих пор Европейская комиссия призывала представителей отрасли начать сотрудничество в рамках двух меморандумов о взаимопонимании: о продаже контрафактных товаров через интернет<sup>2</sup> и об интернет-рекламе и ПИС (подробная информация приводится ниже). Еще два раунда переговоров заинтересованных сторон в рамках Европейского союза (ЕС) направлены на объединение усилий участников отраслей транспорта и грузоперевозок и поставщиков услуг онлайн-платежей.

4. Разработка мер по защите производственно- сбытовых цепочек от угроз контрафакции и других нарушений ПИС является еще одним направлением работы с участием Европейской комиссии, представителей отрасли и других партнеров<sup>3</sup>.

5. Все вышеперечисленные инициативы дополняют существующую в ЕС прочную законодательную базу, в том числе директиву 2004 г. о защите прав интеллектуальной собственности (IPRED)<sup>4</sup>.

## **II. КОНТРАФАКЦИЯ И ПИРАТСТВО КАК ПРОБЛЕМЫ В ОБЛАСТИ ИНТЕРНЕТ- РЕКЛАМЫ**

6. Мир интернет-рекламы является чрезвычайно сложным и зависит от алгоритмов, результатов открытых торгов в реальном времени, показов рекламного носителя, размещения дисплейной рекламы о результативности и целого ряда других осложняющих факторов. В условиях такой комплексной среды неправильное размещение рекламы на рискованных или нарушающих ПИС веб-сайтах и мобильных приложениях представляет собой определенную проблему, причем владельцы самих брендов часто не знают, где в конечном итоге размещается реклама их брендов.

7. Последние исследования<sup>5</sup> подтверждают, что это действительно является серьезной проблемой, поскольку веб-сайты и мобильные приложения, обеспечивающие доступ к нарушающему права ИС контенту, товарам и услугам в коммерческих масштабах, используют продажу рекламного пространства в качестве одного из источников их доходов.

8. Кроме того, наличие рекламы брендов, обозначающих предметы домашнего обихода, или известных платежных систем на нарушающих права ИС веб-сайтах и мобильных приложениях может вводить в заблуждение потребителей, которые могут ошибочно полагать, что они получили доступ к законному контенту.

---

<sup>2</sup> Хэрри Темминк и Наталия Зебровска (2018) «Активизация отраслевых усилий по уменьшению количества нарушений прав интеллектуальной собственности – Обновленная информация Европейской комиссии», с. 13-18 документа WIPO/ACE/13/7, доступен по адресу: [https://www.wipo.int/meetings/en/doc\\_details.jsp?doc\\_id=412285](https://www.wipo.int/meetings/en/doc_details.jsp?doc_id=412285).

<sup>3</sup> Жан Бергевин (2013) «Профилактические меры, разрабатываемые Европейской комиссией в дополнение к уже осуществляемым мерам по защите прав с целью сокращения рынка пиратских или контрафактных товаров» (документ WIPO/ACE/9/20), доступен по адресу: [http://www.wipo.int/meetings/en/doc\\_details.jsp?doc\\_id=261436](http://www.wipo.int/meetings/en/doc_details.jsp?doc_id=261436).

<sup>4</sup> Дополнительная информация представлена по адресу: [https://ec.europa.eu/growth/industry/intellectual-property/enforcement\\_en](https://ec.europa.eu/growth/industry/intellectual-property/enforcement_en).

<sup>5</sup> Европейский центр по наблюдению за нарушениями прав интеллектуальной собственности (2016), *Digital Advertising on Suspected Infringing Websites*, доступно по адресу: [https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document\\_library/observatory/documents/publications/Digital+Advertising+on+Suspected+Infringing+Websites.pdf](https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/documents/publications/Digital+Advertising+on+Suspected+Infringing+Websites.pdf).

### III. ПЕРЕГОВОРЫ ЗАИНТЕРЕСОВАННЫХ СТОРОН И МЕМОРАНДУМ О ВЗАИМОПОНИМАНИИ

9. Двадцать первого октября 2016 г. под эгидой Европейской комиссии представители индустрии рекламы, правообладателей и рекламодателей, а также посредников и провайдеров технологии пришли к неофициальной договоренности относительно набора руководящих принципов<sup>6</sup> для выработки меморандума о взаимопонимании об интернет-рекламе и правах интеллектуальной собственности (MoB).

10. Это знаковое событие позволило наладить более широкое сотрудничество между потенциальными участниками будущего добровольного соглашения, которые представляют стороны, причастные к размещению рекламы, ее покупке, продаже и/или содействию ей, включая рекламодателей, рекламные агентства, торговые отделы, рекламные платформы, рекламные сети, рекламные биржи для издателей, компании, продающие рекламное время на телевидении, издателей и владельцев ИС, а также ассоциации вышеуказанных групп.

11. Со времени принятия руководящих принципов потенциальные стороны тесно сотрудничают в целях достижения договоренности относительно конкретных обязательств, выполнение которых могло бы улучшить сложившееся положение. Эти обсуждения были завершены 25 июня 2018 г., в результате чего 14 компаний и 14 ассоциаций подписали окончательный текст MoB<sup>7</sup>.

12. Основная цель MoB заключается в том, чтобы свести к минимуму размещение рекламы на веб-сайтах и мобильных приложениях, нарушающих ПИС в коммерческих масштабах, и таким образом уменьшить доходы, извлекаемые такими веб-сайтами или мобильными приложениями за счет размещения интернет-рекламы.

13. MoB предусматривает конкретные обязательства для рекламодателей, рекламных посредников и ассоциаций. В соответствии с основными обязательствами сторон от них требуются следующие действия двух типов:

- коллективные усилия, направленные на ограничение размещения рекламы на веб-сайтах и мобильных приложениях, которые признаны судебными, административными или иными правоохранительными органами как нарушающие авторские права или распространяющие контрафактную продукцию в коммерческих масштабах; и
- индивидуальные усилия, направленные на ограничение размещения рекламы на веб-сайтах и мобильных приложениях, в отношении которых рекламодатели имеют разумно полученные доказательства, сформулированные с учетом внутренних принципов и критериев оценки сторон, которые подтверждают, что эти веб-сайты и приложения нарушают

<sup>6</sup> Доступно по адресу: <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/19462>.

<sup>7</sup> Текст MoB доступен по адресу: <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/30226>. Сторонами являются: Adform, Amobee, Associação Portuguesa de Anunciantes (APAN), Associazione Italiana Commercio Estero (Aice), comScore, Hrvatsko udruženje društava za tržišno komuniciranje – Хорватская ассоциация агентств связи (HURA), DoubleVerify, Европейская ассоциация агентств связи (EACA), European Gaming and Betting Association (EGBA), Google, GroupM, Integral Ad Science (IAS), Европейское бюро интернет-рекламы (IAB Europe), Бюро интернет-рекламы Италии, Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Poland, Бюро интернет-рекламы Словакии, Бюро интернет-рекламы Соединенного Королевства (IAB UK), ISBA, OpenX, Publicis Groupe, Sovrn, SpotX, Sports rights owners coalition (SROC), Trustworthy Accountability Group (TAG), Uniunea Agentiilor de Publicitate din Romania (UAPR), Румынская ассоциация агентств связи, Utenti Pubblicità Associati (UPA), whiteBULLET, Всемирная федерация рекламодателей (WFA).

авторские права или распространяют контрафактную продукцию в коммерческих масштабах.

14. После подписания МоВ участвующие в данной инициативе заинтересованные стороны проводят регулярные совещания с представителями Европейской комиссии в целях обсуждения выполнения обязательств в рамках МоВ и обмена передовым опытом.

15. Первый год работы в рамках МоВ считается периодом оценки, после чего будет подготовлен обзорный отчет для оценки действия МоВ и информирования широкой общественности о достигнутых результатах. На этом этапе МоВ будет также открыт для присоединения новых потенциальных сторон.

#### **IV. ОЦЕНКА ДОСТИГНУТЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ**

16. В целях достижения ощутимых результатов добровольного сотрудничества в рамках МоВ подписавшие его стороны договорились оценивать эффективность МоВ посредством представления отчетов об усилиях по выполнению своих обязательств и мониторинга результатов влияния МоВ на рынок интернет-рекламы.

17. Основой для оценки усилий сторон будет служить получаемая от них ответная информация. С этой целью рекламодатели и рекламные посредники договорились ежегодно отчитываться о конкретных мерах по выполнению своих обязательств, предусмотренных МоВ, и их предполагаемой эффективности. Ассоциации, сотрудничающие в рамках МоВ, обязались активно добиваться от своих членов обратной связи по вопросам, охватываемым МоВ, и представлять ежегодные отчеты о полученной в результате информации.

18. В целях оценки последствий принятия МоВ для рынка интернет-рекламы подписавшие его стороны обязались собирать и обсуждать имеющую отношение к работе в рамках МоВ аналитическую информацию по рынку интернет-рекламы, в том числе документы и отчеты, подготовленные государственными органами или частными организациями, а также научными учреждениями.

19. В целях мониторинга и классификации рекламы на нарушающих ПИС веб-сайтах, которые доступны в ряде отдельных государств-членов ЕС, было поручено в качестве вклада в этот процесс провести соответствующее внешнее исследование. Во второй половине 2019 года результаты этого исследования будут опубликованы вместе с обзорным отчетом о действии МоВ.

20. Этот мониторинг проводится при поддержке Европейской комиссии и оценивается при содействии Европейского центра по наблюдению за нарушениями прав интеллектуальной собственности Ведомства интеллектуальной собственности Европейского союза.

#### **V. ЗАКЛЮЧИТЕЛЬНЫЕ ЗАМЕЧАНИЯ**

21. Наш опыт работы с заинтересованными сторонами в рамках двух упомянутых выше меморандумов о взаимопонимании показывает, что добровольное сотрудничество при одновременном использовании действующего законодательства может эффективно содействовать борьбе с контрафакцией и пиратством в интернете. Оно может обеспечить гибкость, необходимую для оперативного учета новейших технических достижений и выработки эффективных решений. Директивные органы и законодатели лучше понимают проблемы, с которыми сталкиваются участники рынка, благодаря

тесному сотрудничеству с представителями отрасли в области реализации таких добровольных инициатив.

22. Подход на основе принципа «отслеживания финансовых потоков» не только укрепляет сотрудничество между представителями отрасли посредством выработки секторального кодекса поведения, но и помогает выявлять передовую практику и распространять ее в рамках всего рынка на благо более широкого круга участников.

23. В первые месяцы сотрудничества в рамках механизма MoB стало ясно, что уже достигнут определенный прогресс. Заинтересованные стороны становятся более информированными о масштабе проблемы, решение которой является целью MoB, и, как следствие, внедряют (или совершенствуют) внутренние процедуры, что в свою очередь требует проявления должной осмотрительности при распространении интернет-рекламы. В этой связи Европейская комиссия будет рекомендовать подписавшим сторонам принять положительное решение по вопросу о продолжении работы в рамках MoB после периода оценки.

[Конец документа]