

ЯК ПОДАТИ СЕБЕ В ІНТЕРНЕТІ ТА НЕ ПОРУШИТИ ЗАКОН?



Ігор АЛФЬОРОВ
юрист

**Патентно-правова фірма
«ПАХАРЕНКО ТА ПАРТНЕРИ»**

e-mail: pakharenko@pakharenko.com.ua

Phone: +380 (44) 593 96 93

Fax: +380 (44) 451 40 48

***Просування бізнесу
онлайн
та дотримання
закону***

Важливість залучення інструментарію Інтернету та соцмереж

Крафтові пивоварні – лідери використання можливостей Інтернету та соцмереж у США.

Більше 50% використовують щонайменше один вид соцмереж у бізнесі

Вибудовування міцних зв'язків із шанувальниками та залучення нових

Соцмережі – чудовий ресурс сповіщення широкого кола споживачів (дійсних і потенційних) про новини пивоварні:

- випуск нового продукту
- запрошення на дегустацію та інші події
- продаж квитків/розіграш продукції
- тощо

Популяризація себе на локальному рівні та за його межами у подальшому

Створення власної «історії бренду» через постійне ведення вебсайту, блогу та/або сторінки в соцмережі та наповнення їх оригінальним контентом



ВЕБ-САЙТ ТА ПРОСУВАННЯ В ІНТЕРНЕТІ



- *Доменне ім'я*
- *Наповнення веб-сайту*
- *Просування веб-сайту в пошукових системах через платні сервіси (Adwords від Google)*

Доменне ім'я

РЕЄСТРАЦІЯ ДОМЕННОГО ІМЕНІ (ДОМЕНУ):

- Домен у зоні .UA (<domain.UA>) – реєструється на підставі ТМ, чинної в Україні;
- Кириличні або латинські букви у назві домену (зони .UA та .УКР)
- Домен .beer



ДОТРИМАННЯ ЗАКОНОДАВСТВА ПРО ЗАХИСТ ПРАВ НА ТОРГОВЕЛЬНУ МАРКУ

Конфлікт торговельна марка/доменне ім'я:

- Реєстрація доменного імені, яке можна сплутати із чужою ТМ (кіберсквотинг)
- Реєстрація ТМ для блокування доменного імені

Вирішення конфліктних ситуацій із доменами:

- Позасудовий порядок шляхом надсилання претензій та переговорів
- Позасудовий арбітраж з вирішення доменних спорів (original TLD як: .com, .biz .net .org та ін., а також gTLD (.aero, .academy, .career, .beer) та деякі cc-TLD)
- Судовий порядок

Наповнення власного веб-сайту:

дотримання законодавства щодо захисту права інтелектуальної власності:

- невикористання без дозволу торговельних марок, що належать іншим особам;
- невикористання без дозволу об'єктів авторського права, що належать іншим особам, наприклад фотографії, інші зображення, тексти тощо;
- торговельні марки інших осіб у метатеггах (ключових словах, видимих для пошукових систем)



Політика Google щодо використання торговельних марок не застосовується до результатів пошуку. Якщо виникли запитання щодо веб-сайтів, які відображаються в результатах пошуку, Google пропонує зв'язатися з власником сайту.

Дотримання прав ІВ при просуванні веб-сайту через сервіс ADWORDS

Чужа ТМ у сервісі ADWORDS від Google:

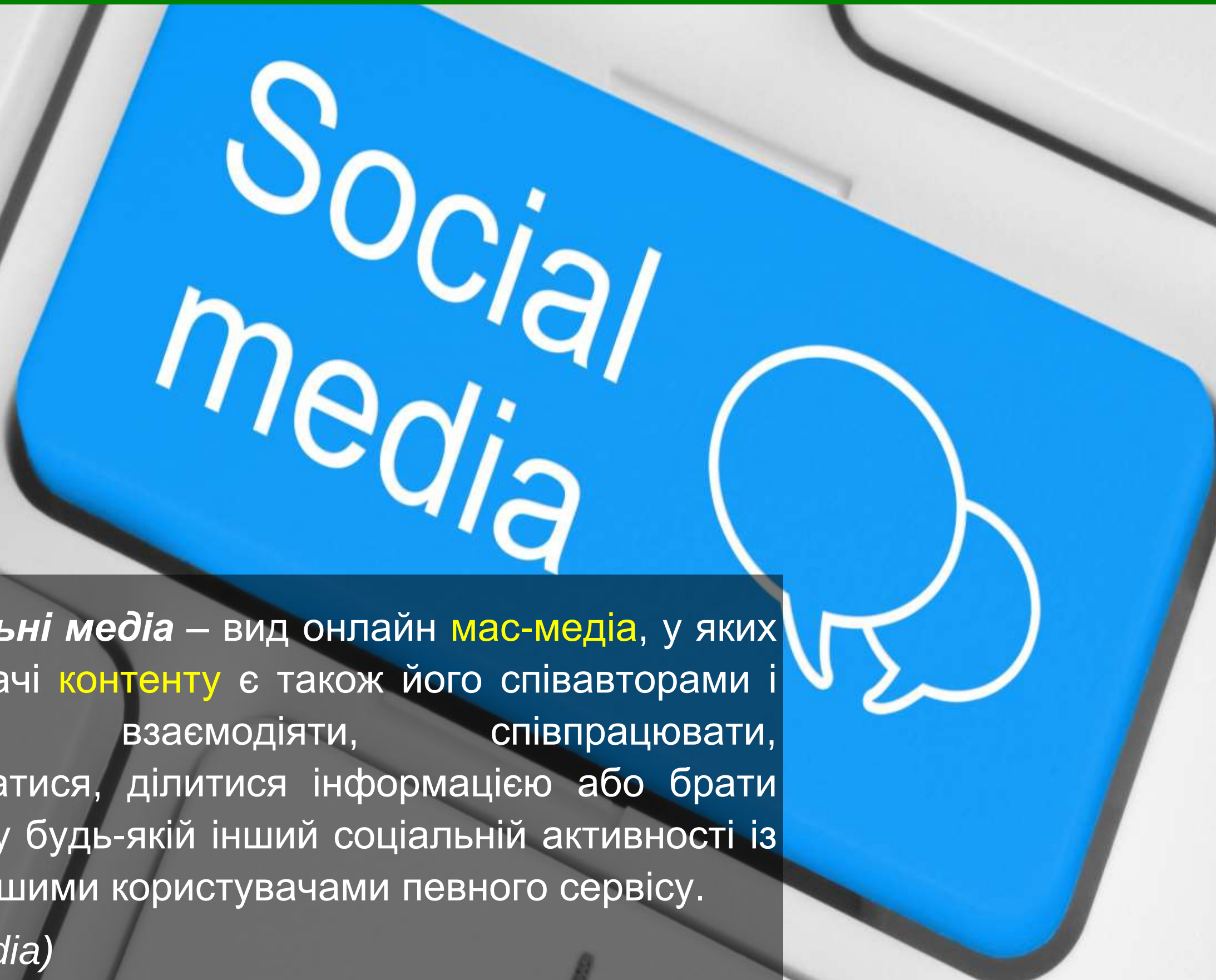
- дозвіл на використання ТМ як ключового слова та у URL-адресі (www.domain.com.ua/trademark/list/etc)
- позначення схоже на ТМ може використовуватися в тексті оголошення за дотримання однієї з умов:
- позначення використовується **описово** у звичайному значенні, а не з посиланням на ТМ
- оголошення **не пов'язане** з товарами або послугами, для яких зареєстрована ТМ

Компанія Google обмежує використання ТМ на підставі поданої та розглянутої скарги

Використання об'єктів авторського права в ADWORDS від Google:

- Google забороняє оголошення, у яких використовується захищений авторським правом вміст без відповідного дозволу
- При отриманні скарги Google **надає** можливість:
- Надіслати документацію, що підтверджує авторське право
- Вилучити вміст, захищений авторським правом
- Відредагувати оголошення

СОЦІАЛЬНІ МЕДІА

A close-up photograph of a blue keycap on a white keyboard. The keycap has the words 'Social media' written in white, sans-serif font. To the right of the text is a white outline of a speech bubble. The keycap is slightly tilted, and the background shows other white keycaps of the keyboard.

Social
media

Соціальні медіа – вид онлайн **мас-медіа**, у яких споживачі **контенту** є також його співавторами і можуть взаємодіяти, співпрацювати, спілкуватися, ділитися інформацією або брати участь у будь-якій іншій соціальній активності із усіма іншими користувачами певного сервісу.

(Wikipedia)

Найпопулярніші соціальні мережі в Україні

- 1  YouTube
- 2  facebook
- 3  vk
- 4  Instagram
- 5  однокласники

	Сайт	Охоплення у %, серпень 2017 (дані Kantar TNS CMeter)	Охоплення у %, вересень 2017 (дані Kantar TNS CMeter)
1	google.com	93,32	93,67
2	youtube.com	81,16	80,92
3	facebook.com	62,56	62,07
4	olx.ua	52,36	53,12
5	wikipedia.org	44,67	48,52
6	privatbank.ua	47,37	45,80
7	rozetka.com.ua	39,60	39,86
8	prom.ua	36,23	38,57
9	ukr.net	36,39	36,68
10	sinoptik.ua	32,48	32,51
11	vk.com	34,00	32,36
12	yandex.ua	24,11	25,83
13	mail.ru	24,75	25,01
14	i.ua	22,83	23,28
15	blogspot.com	20,70	22,50
16	aliexpress.com	24,54	22,03
17	instagram.com	21,53	21,46
18	obozrevatel.com	21,04	21,35
19	gismeteo.ua	20,86	20,33
20	parimatch.com	19,28	20,19
21	novaposhta.ua	18,64	19,93
22	tsn.ua	17,50	19,12
23	segodnya.ua	17,99	18,42
24	odnoklassniki.ru	16,28	17,35
25	24tv.ua	17,62	16,65

Дані Kantar TNS CMeter

Сторінка бізнесу в соцмережі. На що потрібно звернути увагу (на прикладі Facebook)

- *назва сторінки*
- *логотип*
- *контент (наповнення) сторінки*
- *реклама, акції, пропозиції*
- *манера спілкування із користувачами*



Сторінка бізнесу в соцмережі. На що потрібно звернути увагу (на прикладі Facebook)

• **назва сторінки** та **логотип**

А. Назви Сторінок і Веб-адреси Facebook

Назви Сторінок і Веб-адреси Facebook мають точно відповідати вмісту Сторінки. Ми можемо вилучити права керування або попросити вас змінити назву Сторінки й Веб-адресу Facebook для будь-якої Сторінки, яка не відповідає цій вимозі.

Назва Сторінки має відповідати наведеним нижче умовам.

- i. Назва не може складатися виключно із загальних слів (наприклад, «pizza»).
- ii. Використання великих літер у назві має відповідати граматичним правилам; назва (за винятком акронімів) не може складатися лише з великих букв.
- iii. Назва не може містити спеціальні символи, як-от надмірну пунктуацію й позначки торгових марок.
- iv. Назва не має містити зайві описи або надлишкові уточнення.
- v. Назва не має справляти на інших користувачів оманливе враження, ніби це офіційна сторінка бренду, публічної особи або організації чи сторінка, санкціонована їх уповноваженим представником.
- vi. Назва не має порушувати права інших користувачів.

- не використовувати найменування/логотипи іншої компанії
- не використовувати схожі/видозмінені найменування та логотипи іншої компанії
- не використовувати торговельні марки іншої компанії
- не використовувати позначення, які схожі чи є видозміненими ТМ інших компаній
- контролювати виконання замовлення на розробку власного логотипу
- дотримуватися політики соцмережі, щодо захисту ІВ



Сторінка бізнесу в соцмережі. На що потрібно звернути увагу (на прикладі Facebook)

- **контент (наповнення) сторінки**



- не використовувати без дозволу об'єкти авторського права (зокрема фотографії, зображення) інших осіб, наприклад «запозичені» з інших сторінок
- Використання фотобанків (depositphotos, shutterstock тощо)
- Знайшли цікавий матеріал – робіть репост або вкажіть веб-посилання та авторів
- вікове обмеження «до 18» у разі рекламування алкогольних напоїв
- сторінки не повинні містити неправдиві, оманливі або шахрайські заяви чи контент

Сторінка бізнесу в соцмережі. На що потрібно звернути увагу (на прикладі Facebook)

• *реклама, акції, пропозиції*

- Дотримання законодавства про рекламу
- Невикористання об'єктів інтелектуальної власності (ТМ, фото, зображення тощо) третіх осіб без отримання дозволу
- Дотримання законодавства про захист від недобросовісної конкуренції
- Дотримання законодавства про захист прав споживачів
- Дотримання правил соцмережі щодо розміщення реклами, акцій, пропозицій



Сторінка бізнесу в соцмережі. На що потрібно звернути увагу (на прикладі Facebook)

Манера спілкування із користувачами

- Повага до користувачів;
- Нерозповсюдження образливих, дискримінаційних тверджень та заяв;
- надання повної, правдивої інформації про свій заклад, бізнес та продукт;
- Нерозповсюдження оманливої та непідтвердженої інформації щодо інших учасників ринку та/або конкурентів;
- моніторинг активності на вашій сторінці користувачів (серед яких можуть бути і Ваші конкуренти) з метою уникнення вищеперерахованого з їхнього боку.

Політика Facebook, щодо захисту прав інтелектуальної власності

- Facebook вивчає отримані скарги та видаляє контент, що порушує «Норми товариства Facebook» та може блокувати порушників та розповсюджувачів такого контенту
- Схожі правила діють у сестринській мережі - Instagram

Розділ «Інтелектуальна власність» у Довідковому центрі Facebook

онлайн форма для повідомлення про порушення прав ІВ (порушення прав на ТМ, об'єкти авторського права та розповсюдження контрафакту)

При надісланні повідомлення треба повідомити, зокрема:

- власну контактну інформацію
- посилання на контент, що порушує Ваші права
- підтвердження прав на об'єкти ІВ, права щодо яких порушуються

Після надіслання повідомлення отримує відповідний номер. Порушник повідомляється про факт скарги, включаючи інформацію про скаржника.

Адміністрація може запросити додаткову інформацію

Надіслання завідомо неправдивих та оманливих повідомлень про порушення прав ІВ може призвести до блокування Вашого аккаунту та понесенню відповідальності відповідно до законодавства.

Добросовісне використання:

- некомерційне використання об'єктів ІВ
- характер твору, захищеного авторським правом
- використання невеликої частини твору



ДЯКУЮ ЗА УВАГУ!

Ігор АЛФЬОРОВ
юрист

Патентно-правова фірма
«ПАХАРЕНКО ТА ПАРТНЕРИ»

*Україна, м. Київ, Бізнес-центр «Олімпійський»,
вул. В. Васильківська, 72, 1-й під'їзд, 7-й поверх*

тел. +380 (44) 593 96 93

факс: +380 (44) 451 40 48

е-mail: pakharenko@pakharenko.kiev.ua