

КОНТРАФАКТ БРЕНДОВОЙ ОДЕЖДЫ

Сафарова Валерия Витальевна

студент, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, РФ, г. Белгород

Аннотация. Дизайнерская одежда обычно производится в странах, где не соблюдаются строгие производственные законы. Кроме того, реплики одежды часто создаются в том же месте, что и дизайнерские бренды. Без одежды люди чувствуют себя богатыми или привилегированными. Даже когда это не так, это создает такое восприятие у других. Распространенность контрафактной дизайнерской одежды во многом связана с самими богатыми людьми. Многие люди думают, что бедные люди покупают контрафактную дизайнерскую одежду, что не соответствует действительности.

Ключевые слова: брендовая одежда, контрафакт, подделка, реплика.

Поддельный товар – это любой товар, услуга или материал, которые представлены с намерением выдать себя за подлинный товар. Подделка денег – наиболее вопиющая форма подделки. Подделка также применяется к поддельному программному обеспечению, сумкам, одежде, фармацевтическим препаратам с целью получения как можно большей прибыли, продавая продукт меньшего качества, выдаваемый за подлинный.

Фальсификаторы злоупотребляют доверием между производителями и потребителями в экономике. Фальсификаторы продают свои товары без права использовать имена, защищенные авторским правом, и не платят налоги с продаж и налоги с продаж. Фальсификаторы продают свои товары без какой-либо услуги общественному благосостоянию. Они служат только своим интересам.

Потребителей вводят в заблуждение, заставляя думать, что продукт, который они покупают со скидкой, является подлинным лекарством, но химические вещества, используемые в поддельных лекарствах, могут производиться небезопасно. Люди серьезно заболели или умерли от употребления поддельных фармацевтических препаратов. Не менее опасны поддельные лекарства, отпускаемые без рецепта.

Самая популярная отрасль, в которой имеют место подделки, – это одежда и текстиль. Изготовить точные копии предметов в швейной промышленности проще, чем в любой другой. Продажа подделок началась в деревнях и общинах по всему миру. Их цель заключалась в том, чтобы помочь получить прибыль в тех частях мира, где продажи дизайнерской одежды были высокими [2].

Бедные и обычные горожане могли носить такую же одежду, как богатые и знаменитые. Поддельная одежда производится в массовых количествах перед отправкой в различные точки мира. Системы транспортировки контрафактной одежды сложны и продуманы. Часто ярлыки и логотипы наклеиваются на одежду после того, как она была отправлена по назначению. Таким образом, одежду можно будет отправить на законных основаниях, а затем продать нелегально на подпольном рынке.

В основе дизайнерских подделок лежит местное распространение, покрывающее большую часть прибыли. Однако благодаря технологическому прогрессу контрафакция теперь включает и международную прибыль. Многим производителям разрешено продавать свою одежду через Интернет, что упрощает доступ к контрафактным товарам для более широких слоев населения.

Рост контрафактной одежды также во многом связан с экономикой в данный момент. В случае необходимости для потребителя более привлекательно приобрести товар, который выглядит идентично люксовому бренду, чтобы сэкономить деньги [3].

С тех пор, как технологии стали способствовать росту преступности, магазины, дизайнеры и охранные предприятия внедрили новые технологии защиты от подделки, направленные на обнаружение этих поддельных предметов. Некоторые предлагаемые технологии используют лазеры, чтобы отражать свет от дизайнерской этикетки, чтобы отличить подделку от реальной вещи. Кроме того, многие дизайнеры начали наносить на одежду определенные узоры, которые используются для определения подлинности.

Популярность контрафактной одежды происходит по многим причинам. Производители выставляют напоказ невежественных граждан, не умеющих отличить поддельную одежду от подлинной. Другие производители утверждают, что независимо от того, настоящие предметы или нет, не имеет значения. Пока потребители чувствуют, что сумка выглядит как дизайнерская этикетка, они покупают подделку.

Стратегию борьбы с контрафактом, безусловно, следует строить в тесном сотрудничестве с правоохранительными органами. В России, например, основными органами, ответственными за борьбу с контрафактной продукцией, являются полиция, таможня, ФАС России и суды. В этом отношении решающее значение имеет сотрудничество правообладателей - большое количество нарушителей остается безнаказанным, поскольку правообладатели не возбуждают дела из-за небольшого количества нарушающих права предметов [1].

Таможня имеет ограниченное время (10 дней для интеллектуальной собственности, внесенной в таможенный регистр) для принятия решения о возбуждении административного дела. В обоих случаях срок приостановки может быть продлен еще на 10 дней, что дает правообладателю дополнительную возможность действовать. Однако были случаи, когда правообладатель не отвечал вообще или отвечал только после нескольких напоминаний. В зависимости от характера нарушения может быть полезно иметь дело с одним конкретным органом или с несколькими одновременно.

Таблица 1.

Ответственность за контрафакт брендовой одежды

	Административное производство	Возбуждение уголовного дела
Формальные критерии возбуждения дела	Нарушение прав на товарный знак / авторское право + Ущерб менее 250000 рублей (примерно 4000 долларов США) + Заявление от правообладателя	Нарушение прав на авторское право Ущерб более 250000 рублей (примерно 4000 долларов США) + Заявление от правообладателя
Субъекты правонарушения	Физические и юридические лица	Только физические лица
Срок принятия первого решения	Срок административного расследования не должен превышать одного года.	Может потребоваться до 6 месяцев
Санкции для нарушителя	Административный штраф с конфискацией контрафактных товаров и оборудования, используемых в контрафактной деятельности	Штраф, общественные работы, лишение свободы

За последние несколько лет в России было реализовано несколько экспериментальных проектов по маркировке продукции. Благодаря этому многие продукты были отнесены к категориям товаров, подлежащих обязательной регистрации. К концу 2020 года в эти группы входили табачные изделия, фотоаппараты, обувь, медикаменты, некоторые текстильные изделия и шины. Согласно принятым постановлениям, с 2021 года продажа любого из этих продуктов без кода на этикетках является незаконной.

Центр исследований перспективных технологий присваивает каждому продукту уникальный код (матрица данных или другой вид маркировки), который производитель или импортер может разместить на упаковке. Национальная система цифровой маркировки и отслеживания товаров называется Honest Mark и работает следующим образом:

По словам разработчиков, основная цель системы - защитить потребителей от некачественной и контрафактной продукции.

Он нацелен на группы товаров, которые чаще всего становились мишенью фальшивомонетчиков. Проект маркировки затрагивает всех участников процесса, от владельцев производственных мощностей до импортеров, дистрибьюторов, продавцов и потребителей. Маркированные товары указывают на то, что товар принадлежит определенному производителю и качество товара соответствует заявленному.

Приложение для смартфонов Honest Mark позволяет пользователям проверять подлинность и законность продукта. Это требует загрузки приложения и сканирования кодов. Покупатель также может получить доступ к информации о продукте, такой как сведения о производителе, дате и месте изготовления, сроке годности и рекомендуемых условиях хранения, а также подробное описание продукта.

Таким образом, внедрение новых информационных продуктов увеличит эффективность борьбы с контрафактной бредовой одеждой.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 30.12.2015). URL: Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>
2. Бойко О. А., Панов С. Л. Покупатель контрафактной продукции: жертва или соучастник? // Виктимология. 2018. № 2 (16). С. 29-33.
3. Основные формы незаконного оборота продукции на потребительских рынках России и меры противодействия / В. В. Радаев (рук. проекта), Е. С. Бердышева, Н. В. Конрой и др. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. 418 с.