

УДК 347.94

UDC 347.94

**ВИТРЕБУВАННЯ ДОКАЗІВ У
СПРАВАХ ПРО ПОРУШЕННЯ ПРАВ
НА ТОРГОВЕЛЬНІ МАРКИ:
НОВАЦІЇ ЗАКОНОДАВСТВА**

**CLAIMING EVIDENCE IN
TRADEMARK INFRINGEMENT
CASES: LEGISLATIVE
INNOVATIONS**

Олена ШТЕФАН

Shtefan, Olena O.

доктор юридичних наук, професор,
провідний науковий співробітник

Doctor of Legal Sciences, Professor,
Leading Researcher

Науково-дослідний інститут інтелектуальної
власності НАПрН України (Київ)

Scientific-Research Institute of Intellectual
Property of the NALS of Ukraine (Kyiv)

<https://orcid.org/0000-0002-6334-0040>

Дане дослідження присвячене питанням реалізації положень ст. 84 ЦПК України та ст. 81 ГПК України, визначені підстави постановлення судами ухвал про витребування доказів у вигляді інформації про походження і мережі розповсюдження товарів або надання послуг, що порушують право інтелектуальної власності чи щодо яких існують достатні підстави вважати, що розповсюдження таких товарів або надання таких послуг порушує права інтелектуальної власності.

Безпосередньо аналізуються правові підстави витребування доказів щодо походження товарів та мережі розповсюдження товарів або надання послуг, що порушують права власника торговельної марки, вразі реалізації таких товарів та пропозицій щодо надання послуг через інтернет-магазини.

Зроблено висновок, що інтернет-магазин це не лише засіб, завдяки якому відбувається певна комунікація між власниками товарів та послуг із потенційними їх споживачами, тобто це електронний майданчик, за допомогою якого виробники, дистриб'ютери представляють або реалізують товари, роботи чи послуги дистанційно, як це закріплено у ст. 3 Закону України «Про електронну комерцію» від 3 вересня 2015 р. № 675-VIII, а й певна організація здійснення підприємницької діяльності фізичними особами-підприємцями та юридичними

This study is devoted to the implementation of the provisions of Art. 84 of the Civil Code of Ukraine and Art. 81 of the Code of Civil Procedure of Ukraine, the grounds for the court's decision to demand evidence in the form of information on the origin and distribution networks of goods or the provision of services that violate intellectual property rights or for which there are sufficient grounds to believe that the distribution of such goods or the provision of such services violate intellectual property rights are defined.

The legal grounds for demanding evidence regarding the origin of goods and the network of distribution of goods or the provision of services that violate the rights of the trademark owner are directly analyzed in the event of the sale of such goods and offers for the provision of services through online stores

It was concluded that an online store is not only a means through which a certain communication takes place between the owners of goods and services with their potential consumers, that is, it is an electronic platform with the help of which manufacturers, distributors present or sell goods, works or services remotely, as stipulated in Art. 3 of the Law of Ukraine "On Electronic Commerce" dated September 3, 2015 No. 675-VIII, as well as certain organization of business activities by natural persons-entrepreneurs and legal entities.

особами.

Якщо розглядати інтернет-магазин лише виключно як «засіб», логічно, що він не може бути адресатом ухвали суду про витребування доказів на підставі ст. 84 ЦПК України, ст. 81 ГПК України, проте, якщо інтернет-магазин розглядати як здійснення професійної діяльності суб'єктами підприємництва, то за таких умов ці суб'єкти й будуть адресатами таких ухвал суду.

Відтак, у даному дослідженні запропоновано внести зміни у визначення терміну «інтернет-магазин», закріпленому у ст. 3 Закону України «Про електронну комерцію» від 3 вересня 2015 р. № 675-VIII, розширивши його тлумачення, шляхом охоплення суб'єктів господарювання, які використовують електронні засоби для здійснення електронної торгівлі та пропонування послуг.

Ключові слова: цивільне судочинство, докази, витребування доказів, торговельні марки, право інтелектуальної власності

Постановка проблеми. Вразі захисту порушених прав на торговельні марки, відповідно до норм цивільного та господарського процесуального законодавства, суб'єкти цих прав мають довести факт їх порушення. Тобто мова йде про приватно-правові засади процесуальної змагальності, згідно із якою тягар доказування покладається на сторони (ст. 81 ЦПК України) [1], ст. 74 ГПК України [2]. Водночас, сторони не завжди можуть надати суду докази, на які вони посилаються, як на підставу своїх вимог або заперечень, оскільки такі докази можуть знаходитися у іншій особі. Саме у таких випадках процесуальне законодавство, з метою реалізації процесуальних принципів, встановлює механізм витребування доказів (ст. 84 ЦПК України, ст. 81 ГПК України).

Питання витребування доказів у справах щодо порушення прав на торговельні марки не втрачають своєї актуальності завдяки розвитку цифрових технологій та можливостей, що надає транснаціональна електронна комерція, яка здійснюється на різноманітних електронних платформах (Amazon, Ebay, Alibaba тощо). У ст. 3 чинного в Україні Закону України «Про електронну комерцію» від 3 вересня 2015 р. № 675-VIII [3] під електронною комерцією розуміються відносини, спрямовані на отримання прибутку, що виникають під час вчинення правочинів щодо набуття, зміни або припинення цивільних прав та обов'язків, здійснені дистанційно з використанням інформаційно-комунікаційних систем, внаслідок чого в учасників таких відносин виникають права та обов'язки майнового характеру, а інтернет-магазин - засіб для представлення або реалізації товару, роботи чи послуги шляхом вчинення електронного правочину. Проте положення цього Закону діють щодо суб'єктів, які здійснюють електронну комерцію за виключенням фізичних осіб, які не зареєстровані як фізичні особи - підприємці але реалізують або пропонує до реалізації товари, виконують роботи, надають послуги з використанням інформаційно-комунікаційних систем, крім випадків, коли сторони прямо домовилися про застосування положень цього Закону до відповідного правочину (ч. 2 ст. 1 Закону України). Цей Закон також не містить норм,

If we consider the online store only exclusively as a "means", it is logical that it cannot be the addressee of the court's decision to demand evidence on the basis of Art. 84 of the Civil Code of Ukraine, Art. 81 of the Code of Criminal Procedure of Ukraine, however, if the Internet store is considered as the exercise of professional activity by business entities, then under such conditions these entities will be the addressees of such court decisions.

Therefore, in this study, it is proposed to make changes in the definition of the term "online store" enshrined in Art. 3 of the Law of Ukraine "On Electronic Commerce" dated September 3, 2015 No. 675-VIII, expanding its interpretation by covering business entities that use electronic means to conduct electronic commerce and offer services.

Keywords: civil proceedings, evidence, demand for evidence, trademarks, intellectual property law

пов'язаних із захистом прав інтелектуальної власності, взагалі та прав на торговельні марки безпосередньо. У країнах-учасницях ЄС вже тривалий час діє Директива від 29 квітня 2004 р. № 2004/48/ЄС. про захист прав інтелектуальної власності (“on the enforcement of intellectual property rights” або “IPRED”) [4], яка містить низку заходів, що спрямовані на запобігання порушень та захист прав суб'єктів інтелектуальної власності від піратства.

В результаті виконання взятих Україною зобов'язань щодо імплементації у законодавство України положень Угоди про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їх державами-членами, з іншої сторони (далі – Угода про асоціацію) та Директиви 2004/48/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 29.04.2004 про захист прав інтелектуальної власності, наразі набув чинності Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення захисту прав інтелектуальної власності» від 20 березня 2023 р. № 2974-IX [5], яким були внесені зміни до процесуального законодавства. В результаті, ЦПК України був доповнений ст. 84-1, ГПК України – ст. 81-1, норми яких присвячені витребування окремих доказів у справах про порушення прав інтелектуальної власності.

Аналіз досліджень проблеми. Питання витребування доказів у цивільному судочинстві досліджували С.С. Бичкова, В.І. Бобрик, С.В. Васильєв, М.О. Гетманцев, В.А. Кройтор та інші науковці, окремі аспекти захисту прав на торговельні марки присвячували свої роботи Г. О. Андрощук, О. Ф. Дорошенко, Н. М. Мироненко, А. Р. Фенюк тощо. Проте питання витребування доказів у справах про порушення прав на торговельну марку, вразі коли реалізація товару, що містить порушення відповідних прав, відбувається шляхом електронних продажів не досліджувалося.

Мета та завдання дослідження. Саме тому, метою даного дослідження є визначення відповідності внесених змін у процесуальне законодавство загальноновизнаним європейським підходам та на основі проведеного дослідження сформулювати пропозиції теоретичного та практичного характеру..

Виклад основного матеріалу. Згідно із ч. 1 ст. 84-1 ЦПК України, ч. 1 ст. 81-1 ГПК України суд за вмотивованим клопотанням учасника справи може постановити ухвалу про витребування доказів у вигляді інформації про походження і мережі розповсюдження товарів або надання послуг, що порушують право інтелектуальної власності чи щодо яких існують достатні підстави вважати, що розповсюдження таких товарів або надання таких послуг порушує права інтелектуальної власності. Докази можуть бути витребувані:

1) від особи, стосовно якої існують достатні підстави вважати, що така особа порушує права інтелектуальної власності; та/або

2) від будь-якої іншої особи, стосовно якої існують достатні підстави вважати, що така особа пропонувала, отримувала, володіла та/або використовувала товари чи надавала послуги, що порушують права інтелектуальної власності, з комерційною метою; або

3) від будь-якої іншої особи, яка була вказана особою, зазначеною у пункті 2 цієї частини, як така, що задіяна у виробництві, виготовленні або розповсюдженні товарів чи наданні послуг, що порушують права інтелектуальної власності.

При цьому інформація, що витренується, згідно ч. 1 ст. 84-1 ЦПК України, ч. 1 ст. 81-1 ГПК України повинна містити 1) повне найменування (для юридичних осіб) або ім'я (прізвище, ім'я, по батькові - для фізичних осіб) та адресу осіб, стосовно яких є достатні підстави вважати, що вони є виробниками, розповсюджувачами чи іншими попередніми володільцями таких товарів або надавачами таких послуг, у тому числі осіб, які здійснюють оптову чи роздрібну торгівлю такими товарами або надають такі послуги;

2) відомості щодо кількості та вартості вироблених, доставлених, поставлених, отриманих або замовлених товарів чи наданих послуг.

В контексті захисту прав на торговельні марки, щодо товарів, які реалізуються через інтернет-магазини із наведених положень процесуального законодавства найбільший інтерес привертають розповсюджувачі товарів та послуг, що порушують права інтелектуальної власності.

В законодавстві України відсутнє нормативне визначення поняття «розповсюджувач товарів та послуг». Натомість визначення даного терміну міститься у довідковій літературі. Так, розповсюджувач є перекладом англ. сл. distributor, (including retailer) – дистриб'ютор, включаючи роздрібних торговців, визначається як фірма або агент промислового підприємства, які здійснюють реалізацію продукції й виступають як торговці за договором на основі угоди про право на продаж в окремому регіоні. Угода фірми передбачає виконання дистриб'ютором функцій, пов'язаних з реалізацією товару: організацію реклами в даному регіоні, передпродажну підготовку технічно складних товарів, надання покупцям сервісних послуг, аналіз кон'юнктури ринку та відгуків покупців про придбані ними вироби фірми тощо. Дистриб'юторами можуть бути супермаркети, гуртовики, дилери, брокери тощо [6, с. 217]. У свою чергу, на офіційному сайті «Дія» дистриб'ютор (або розповсюджувач) визначається як фізична або юридична особа в ланцюгові постачання, котра надає продукцію на ринку, яка не є ані виробником, ані імпортером, але відіграє ключову роль в контексті ринкового нагляду [7].

Таким чином, виходячи із наведених визначень поняття «розповсюджувач товарів та послуг» може вважатися особа, яка є посередником між виробником товарів або надавачем послуг та споживачами цих товарів та послуг, при цьому інтернет-магазин, згідно із ст. 3 Закон України «Про електронну комерцію» від 3 вересня 2015 р. № 675-VIII буде виступати виключно як засіб представлення таких товарів та послуг.

Також виходячи із змісту ч. 1 ст. 84-1 ЦПК України, ч. 1 ст. 81-1 ГПК України привертає увагу те, що ухвала про витребування доказів може бути адресована особі, яка пропонувала, отримувала, володіла та/або використовувала товари чи надавала послуги, що порушують права інтелектуальної власності, з комерційною метою. Одразу слід відзначити, що у законі відсутня вказівка на власника такого товару чи торговельної марки, що порушує права інтелектуальної власності.

Виходячи із положень ЦК України [8] «володілець» і «власник» є різними за своїм змістом та правовими наслідками терміни, оскільки володілець може і не бути власником, тобто це можуть бути різні суб'єкти за своїм правовим статусом. Так, згідно із ч. 1 ст. 319 ЦК України власник володіє, користується, розпоряджається своїм майном на власний розсуд. Виходячи із положень ЦК України, безпосередньо із ст. 397, «володіння» можна визначити як тримання у себе речі. Водночас «тримання речі» ще не означає наявність у суб'єкта правомочностей власника саме щодо розпорядження нею, наприклад, пропонування до реалізації (продажі). Також, «володіння» зазвичай є тимчасовим, наприклад, на підставі договору оренди, на відміну від права власності на річ, набуття якого іншою особою безпосередньо залежить від волі власника речі. Коли мова йде про товар в обороті «попередніх володільців» бути не може, оскільки такий товар є власністю виробника, а він ідентифікується відповідним способом, про що вже зазначалося.

Таким чином, володільцями можуть бути різні суб'єкти, які тимчасово утримують у себе товар, до яких можуть належати й склади інтернет-магазинів, що надають послуги із тимчасового зберігання, на підставі відповідних цивільно-правових договорів із власниками товарів.

Відтак, виникає питання: чи будуть інтернет-магазини, їх склади, на підставі ухвали суду відповідно до положень ст. 84-1 ЦПК України, ст. 81-1 ГПК України зобов'язані надавати суду інформацію про походження і мережі розповсюдження товарів або надання послуг, що порушують право інтелектуальної власності чи щодо яких існують достатні підстави вважати, що розповсюдження таких товарів або надання таких послуг порушує права інтелектуальної власності.

Виходячи із нормативного визначення інтернет-магазину, що закріплене у ст. 3 Закону України «Про електронну комерцію» від 3 вересня 2015 р. № 675-VIII, він є засобом, завдяки якому відбувається певна комунікація між власниками товарів та послуг із потенційними їх споживачами, тобто це електронний майданчик, за допомогою якого виробники, дистрибутори представляють або реалізують товари, роботи чи послуги дистанційно.

Слід зазначити, що іншого визначення терміну «інтернет-магазин» у законодавстві не має, водночас законодавство не містить й визначення взагалі «крамниці» або «магазину».

У довідковій літературі крамниця визначається як приміщення для роздрібною торгівлі [9, с. 323], а також як підприємство або заклад роздрібною торгівлі [10]. Термін «крамниця» у довідковій літературі використовується як синонім терміну «магазин». Не можна оминати увагою те, що був розроблений Проект Закону України «Про внутрішню торгівлю» від 10.11.2011р. № 9443 [11], в якому у ст. 1 «магазин» визначається як об'єкт торгівлі, розташований в окремій капітальній споруді або приміщеннях іншої капітальної чи тимчасової споруди некапітального типу або їх частинах з торговельними, підсобними, адміністративно-побутовими приміщеннями, а також приміщеннями для приймання, зберігання, допродажної підготовки та продажу товарів, оснащений торговим та інженерним устаткуванням, яке забезпечує провадження торговельної діяльності. Своєю чергою, під «об'єктом торгівлі» було запропоновано розуміти спеціально облаштовані місця для провадження торговельної та/або виробничо-торговельної діяльності і розташовані в окремих капітальних спорудах або приміщеннях іншої капітальної чи тимчасової споруди некапітального типу, або в розвізних, переносних технічних, транспортних засобах, або на земельній ділянці, наданій для провадження торговельної діяльності в порядку, визначеному законом.

Виходячи із наведених визначень крамниці (магазину), можна зробити висновок, що вони вказують як на спеціальне місце для ведення торгівлі товарами, так й на те, що вони є господарюючими суб'єктами, які можуть самостійно здійснювати торгівлю, а можуть надавати приміщення іншим господарюючим суб'єктам.

Щодо інтернет-магазинів то за своєю суттю це може бути лише сайт в Інтернеті, цифровий майданчик, на якому також пропонуються товари та послуги. При цьому власник такого інтернет-магазину може бути виробником, наприклад, товарів, що реалізує через такий магазин, може бути суб'єкт, який здійснює закупівлю товарів, відповідно до профілю певного магазину (харчова продукція, побутова хімія, одяг тощо), а може просто надавати, за певних умов іншим господарюючим суб'єктам розмішувати свої пропозиції щодо товару чи послуг на сторінці свого інтернет-магазину. По суті, основна відмінність між діяльністю реального магазину та інтернет-магазином полягає у формі здійснення підприємницької діяльності – офлайн та онлайн. Безумовно, власниками інтернет-магазинів можуть бути юридичні особи та фізичні особи-підприємці, інтернет-магазин може бути створений на власній електронній платформі, а може, у якості сторінки, розміщуватися на певному інтернет сайті, тобто на «чужій» електронній платформі.

Відтак, якщо інтернет-магазин виступає виключно засобом зв'язку між виробниками, власниками, дистрибуторами товарів, послуг, вони не можуть бути адресатами ухвали суду про витребування доказів на підставі ст. 84-1 ЦПК України, ст. 81-1 ГПК України. Зовсім інша справа буде, якщо власники інтернет-магазинів поєднують свою діяльність із виробництвом товарів чи наданням послуг, або із дистрибуторською діяльністю. Саме така паралельна робота стає підставою, для того, щоб ці суб'єкти стали адресатами ухвали суду про витребування доказів у вигляді інформації про походження і мережі розповсюдження товарів або надання послуг, що порушують право інтелектуальної власності чи щодо яких існують достатні підстави вважати, що розповсюдження таких товарів або надання таких послуг порушує права інтелектуальної власності.

Водночас, слід брати до уваги визначення порушень прав власника свідоцтва на торговельну марку, що закріплено у ст. 20 та ст. 16 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» від 15 грудня 1993 р. № 3689-XII [12]. Згідно із вказаними нормами Закону, порушниками прав власника свідоцтва на торговельну марку можуть бути суб'єкти, що здійснюють зберігання з метою пропонування для продажу, пропонування для продажу, продаж, імпорт (ввезення) та експорт (вивезення) товарів чи послуг, що незаконно містять (використовують) відповідні торговельні марки.

Аналізуючи норми матеріального законодавства у сфері охорони прав на торговельні марки та процесуальне законодавство можна зробити висновок, що особи, які виготовляють,

зберігають, пропонують до продажу, продають, імпортують, експортують товар чи надають послуги, що порушують право інтелектуальної власності, будуть не лише адресатами ухвали суду про витребування доказів щодо походження товару та мережі його розповсюдження, а й відповідачами у таких справах.

Водночас, коли мова буде йти лише про «володіння» у формі зберігання без пропонування до продажу або використання товарів чи послуг, що містять порушення прав на торговельну марку то такі суб'єкти будуть лише адресатами ухвали суду про витребування доказів та зобов'язані будуть надати лише інформацію про походження та мережу розповсюдження таких товарів та послуг.

Такий висновок узгоджується із Європейською практикою реалізації товарів та послуг через електронні платформи, що надають можливість дистанційної комунікації між виробниками, дистриб'юторами, споживачами товарів та послуг, що містить у собі об'єкти права інтелектуальної власності чи є такими.

Так, Європейський суд справедливості на запит німецького суду, який розглядав справу Coty Germany GmbH/Amazon C-567/18 2 квітня 2020 р. дав роз'яснення щодо відповідальності власника складу, що володіє товарами, які порушують право на торговельну марку, у відповідності до ст. 9 Регламенту ЄС 2017/1001 [13].

Спір виник із за того, що треті особи, через електронну платформу Amazon пропонували до продажу духи під торговельною маркою «Davidoff» від Coty's, що на думку позивача (Coty Germany GmbH) було порушенням його прав на цю торговельну марку. Продаж контрафактної продукції здійснювався через компанію Amazon Services з приміткою «Доставка через Amazon». Відтак постало питання щодо можливої відповідальності компанії Amazon, оскільки на думку позивача – власника бренду права, на який не були вичерпані, саме Amazon має утриматись від зберігання та доставки контрафактного товару, а також нести відповідальність.

Натомість Європейський суд справедливості у своєму рішенні вказав, що зберігання товарів для доставки Amazon не є порушенням прав на торговельну марку, а також не є підставою для застосування судової заборони проти Amazon через порушення прав на торговельну марку.

Дана справа привертає до себе увагу й тим, що в межах її розгляду суд видав акт щодо надання інформації щодо порушника прав на торговельні марки в ЄС на підставі законодавства країни, на території якої було виявлено порушення прав (ст. 101 (2) EUTMR та ст. 8 (2) Регламенту Рим II). Проте компанія Amazon не змогла встановити особу-порушника прав на торговельні марки, а відтак і надати суду відповідну інформацію.

Також Суд дійшов висновку, що компанія Amazon лише зберігала відповідні товари, однак не пропонувала їх для продажу чи випуску на ринок.

Суд даючи тлумачення ст. 9(2)(b) Регламенту ЄС зазначив, що для визнання порушення права на торговельну марку зі сторони складу, останній повинен переслідувати ту ж мету, що й продавець, а саме пропонувати продукцію для продажу або поставляти її на ринок.

У іншій справі Крістіан Лубутен проти Amazon (C-148/21 і C-184/21) [14] Європейський суд справедливості доповнив своє визначення «пропонування до продажу» вразі продажу товарів із спірними торговельними марками на інтернет-платформах.

Суд виходив із того, що Amazon є одночасно роздрібним продавцем і оператором онлайн-ринку. На веб-сайті Amazon публікує рекламу власних продуктів, які вона продає та постачає від свого імені та за власний рахунок, а також рекламу від інших продавців. Amazon також пропонує іншим продавцям послуги із зберігання та доставки їх товарів. Відтак, для того щоб встановити чи має місце порушення прав на торговельну марку необхідно визначити, чи розмежовується реклама товарів, що продає Amazon від свого імені із рекламою товарів інших продавців. Якщо неможливо провести таке розмежування і складається уявлення, що Amazon, рекламуючи товари інших продавців, ці товари продає від свого імені та вразі, якщо такі товари порушують права на торговельні марки, то Amazon може бути визнаний порушником цих прав інтелектуальної власності.

Висновки. Аналіз наведених судових справ та підходів Європейського суду справедливості свідчить, що інтернет-магазин у ЄС сприймаються як суб'єкт господарювання, що може володіти і відповідно, надати інформацію про власника товару, що містить порушення прав інтелектуальної власності, а не як «засіб для представлення або реалізації товару, роботи чи послуги шляхом вчинення електронного правочину». Існуюче у законодавстві України нормативне визначення інтернет-магазинів не дозволяє суду постановляти ухвали про витребування доказів у вигляді інформації про походження і мережі розповсюдження товарів або надання послуг, що порушують право інтелектуальної власності чи щодо яких існують достатні підстави вважати, що розповсюдження таких товарів або надання таких послуг порушує права інтелектуальної власності, оскільки адресатом такої ухвали не може бути «засіб». Відтак для реалізації положень законодавства ЄС у сфері охорони і захисту прав інтелектуальної власності щодо отримання інформації про походження і мережі розповсюдження товарів або надання послуг, що порушують право інтелектуальної власності чи щодо яких існують достатні підстави вважати, що розповсюдження таких товарів або надання таких послуг порушує зазначені права необхідно внести зміни у визначення «інтернет-магазинів», закріпленого ст. 3 Закону України «Про електронну комерцію» від 3 вересня 2015 р. № 675-VIII. Можна запропонувати наступне визначення інтернет-магазинів – як підприємницьку діяльність, пов'язану із роботою віртуальних магазинів та/або сприяє дистанційній реалізації товарів, робіт чи послуг, а також їх рекламування шляхом вчинення електронного правочину.

Також наведені підходи Європейського суду справедливості, як щодо витребування інформації про походження і мережі розповсюдження товарів або надання послуг, що порушують право інтелектуальної власності чи щодо яких існують достатні підстави вважати, що розповсюдження таких товарів або надання таких послуг порушує права інтелектуальної власності, так й щодо можливого процесуального статусу складів та інтернет-платформ у справах про порушення прав на торговельні марки може стати в нагоді для національних судів при витребуванні доказів на підставі ст. 84-1 ЦПК України, ст. 81-1 ГПК України, так й при розгляді і вирішенні аналогічних справ.

Посилання:

1. Цивільний процесуальний кодекс України від 18 березня 2004 р. № 1618-IV. ВВР. 2004. № 40-41, 42. Ст.492.
2. Господарський процесуальний кодекс України від 6 листопада 1991 р. № 1798-XII. ВВР. 1992. № 6. Ст.56.
3. Про електронну комерцію: Закон України від 3 вересня 2015 р. № 675-VIII. ВВР. 2015. № 45. Ст.410.
4. Директива про забезпечення дотримання прав інтелектуальної власності від 29.04.2004 № 2004/48/ЄС. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/eu040015> (дата звернення: 26.02.2024).
5. Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо посилення захисту прав інтелектуальної власності: Закон України від 20 березня 2023 р. № 2974-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2974-20#Text> (дата звернення: 26.02.2024).
6. Дистриб'ютор (включаючи роздрібних торговців) // Термінологічний словник з питань запобігання та протидії легалізації (відмиванню) доходів, одержаних злочинним шляхом, фінансуванню тероризму, фінансуванню розповсюдження зброї масового знищення та корупції / А. Г. Чубенко, М. В. Лошицький, Д. М. Павлов, С. С. Бичкова, О. С. Юнін. Київ: Ваіте, 2018. 826 с.
7. Обов'язки виробника, імпортера, дистриб'ютора. Дія. Бізнес. URL: https://export.gov.ua/197-oboviazki_virobnika_importera_distributora (дата звернення: 10.01.2024 р.).
8. Цивільний кодекс України від 16 січня 2003 р. № 435-IV. ВВР. 2003. №№ 40-44. Ст.356.
9. Крамниця. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. К.: Наукова думка, 1970—1980. Т. 4 : І-М. 1973. 840 с.
10. Крамниця. Словник Грінченка і сучасність / Інститут мистецтв. URL: <http://wiki.kubg.edu.ua/%D0%9A%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%8F> (дата звернення: 9.02.2024).
11. Про внутрішню торгівлю: Проект Закону України від 10.11.2011р. № 9443. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JF7AB00A?an=15> (дата звернення: 9.02.2024).

12. Про охорону прав на знаки для товарів і послуг: Закон України від 15 грудня 1993 р. № 3689-ХІІ. ВВР. 1994. № 7. Ст. 36.

13. Par Jonathan Elkaim. l'appréciation de l'atteinte à un droit de marque dans le cadre de l'entreposage de produits réalisé par un intermédiaire: seule la finalité compte! URL: <https://www.village-justice.com/articles/clarification-notion-atteinte-droit-marque-dans-cadre-entreposage-produits,34795.html> (дата звернення 19.01.2024).

14. Amazon haftet für Markenrechtsverletzungen durch Drittanbieter. URL: <https://www.lto.de/recht/nachrichten/n/eugh-c14821-c18421-amazon-louboutin-schuhe-versand-online-marktplatz-markenrecht-nutzer-zeichen-markenrechtsverletzung/> (дата звернення 19.01.2024).

Статтю було подано	11.03.2024	The article was submitted
Статтю було доопрацьовано	12.03.2024	The article was revised
Статтю було прийнято	15.03.2024	The article was accepted