



Когда абитуриент приносит документы в юридический вуз, он четко представляет себе отправную точку А и конечную точку Я – должность в компании, которую он рассчитывает занять после получения диплома. Предположим, что будущий юрист заранее продумал промежуточные этапы и вместо Ветеринарного университета или Института физкультуры и права выбрал более достойное для получения юридического образования учебное заведение.

Но дальше новоиспеченному юристу придется вести постоянный внутренний диалог и спрашивать себя: если я сделаю, например, так (сменю работу, получу MBA, подтяну иностранный язык), приближусь ли к заветной точке Я? Стоит ли начинать карьеру с госслужбы? Не слишком ли я засиделся без повышения на одном месте? Думаю, многие сейчас узнали себя.

Да, жизнь не большая медленная река, по течению которой можно плыть годами, надеясь, что вдруг появится тихая гавань с достойной индексированной зарплатой, личным водителем и секретаршей. И пусть нельзя будет похвастаться гениальной юридической техникой и не доведется создать прецедент, но зато будет время на фитнес и бассейн.

Бесспорно, у каждого идеальная точка Я своя. Но профессионал своего дела идет в ногу со временем и не останавливается навсегда в месте, только кажущемся идеальным.

Я верю, что «Корпоративный юрист» читают люди, которые, достигнув одной вершины, уже смотрят дальше, – люди, *управляющие мечтой*.

К. Богданова,
главный редактор журнала
«Корпоративный юрист»

Управление компанией

Опасные связи

Дмитрий Царев

4

Чужая музыка

Елена Кудряшова

6

Идеальный клиент, или О чем мечтает консультант

Андрей Гусев

10

Рынок юридических услуг

Сколько зарабатывают московские юристы? UPDATE 2014

Дмитрий Прокофьев

14

Разрешение конфликтов

Незванные гости

Алексей Сердюк, Матвей Протасов

18

Как сторонам жить в мире и согласии?

Алексей Панич

24

Интервью номера

Алла Лалетина:

«Соблюдение режима санкций – это бремя наших иностранных партнеров»

32

Профессиональный рост

Девять главных требований к юристу

Ольга Демидова

38

Как добиться профессионального признания

Лилия Маслова

42

ИНТЕРВЬЮ НОМЕРА*

Новая культура корпорации



Санкции, связанные с украинским кризисом, затронули Ростех самым непосредственным образом. Чем ответит одна из крупнейших отечественных корпораций на вызовы текущего дня? В Ростехе есть свои секреты работы, в т. ч. и в условиях санкций.

Начальник корпоративно-правового департамента Алла Лалетина также рассказала о том, каких высот можно достичь в юридической карьере. Она – яркий пример действительно фантастической работоспособности. Помимо впечатляющей карьеры, у нее богатый научный опыт: пять монографий, более 50 научных публикаций и степень доктора юридических наук. Что такое большая корпорация и за счет чего можно повысить эффективность работы и улучшить управление? В ходе беседы мы узнали подробности масштабной реформы корпоративного управления, в реализации которой Алла принимала активное участие.

32

Юридическая специализация: стоит ли ее
менять?

Елена Шильникова

46

В погоне за синей птицей, или Почему юристы
меняют работу

Елена Барина

51

Сопровождение сделок

Трое в лодке: банк, заемщик и коллектор

Максим Рыжук, Ольга Ясько

55

Взаимодействие с государством

Самостоятельный дольщик

Павел Дуксин

59

Пересмотренные правила ВОИС

Антон Лаврентьев, Кирилл Никитин

63

А также

Импортный тупик

Олеся Салаева

22

Попал в яму – подавай в суд

Марина Филянина

27

Выловлено в Сети

Новость месяца

Читайте в **НОЯБРЬСКОМ**
номере журнала:

- От исполнительного листа до приговора
- Как бороться с затягиванием исполнения судебного решения
- Новый способ заставить должника исполнить судебный акт
- Рейтинг сделок M&A 2014 года

УЧРЕДИТЕЛЬ И ИЗДАТЕЛЬ –
ЗАО «МЦФЭР»

Генеральный директор
Максим Межанский
Директор Издательского дома
МЦФЭР

Валентин Гирихи
Главный редактор
Издательского дома МЦФЭР
Екатерина Богданова
«МЦФЭР ПРАВО»

Руководитель
Дмитрий Никитин,
DNikitin@mcf.ru
ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ
«ПРАВО»

Руководитель
Ольга Гревцева,
OGrevtseva@mcf.ru
Главный редактор
Ксения Богданова,
kbogdanova@mcf.ru
Выпускающий редактор
Алёна Авраменко
Верстка Галина Радимова

Группа маркетинга
Бренд-менеджер
Екатерина Финогонова,
efinogenova@mcf.ru

Адрес редакции:
127287, г. Москва,
ул. 2-я Хутурская,
д. 38А, стр. 17
Тел.: (495) 937-90-80
www.clj.ru, www.proflit.ru

Для писем:
129164, г. Москва, а/я 9
E-mail: pravo@mcf.ru

ПОДПИСНЫЕ ИНДЕКСЫ:

«Роспечать» – 32180
«Почта России» – 12253
«Пресса России» – 88395
ПО ВОПРОСАМ ПОДПИСКИ
В РЕДАКЦИИ ОБРАЩАЙТЕСЬ:
Служба клиентской поддержки

Тел.: (495) 937-90-82, 933-63-17;
факс: (495) 933-52-62;
e-mail: pressa@mcf.ru
ПРЕТЕНЗИИ ПО ДОСТАВКЕ
направляйте по факсу:

(495) 933-52-62
Редакция не несет ответственности
за содержание рекламных материа-
лов. Мнение редакции может
не совпадать с мнением авторов.
Перепечатка материалов
допускается только с письменного
согласия редакции.
Свидетельство о регистрации
СМИ ПИ № ФС77-43278
от 24.12.2010 выдано
Федеральной службой по надзору
в сфере связи, информационных
технологий и массовых коммуникаций.
Цена свободная.

Подписано в печать 03.10.2014.
Дата выхода в свет 13.10.2014.
Формат 60 × 90/8. Тираж 5100 экз.
Печать офсетная. Бумага мелованная.
Усл. печ. л. 8. Изд. № 6529. Зак. № 268
ЗАО «МЦФЭР»
Юридический адрес: 129090,
г. Москва, ул. Щепкина, д. 25/20
Отпечатано в ООО «Тволимедиа»
109518, г. Москва, 1-й Грайворонов-
ский пр-д, д. 20, стр. 35

© ЗАО «МЦФЭР», 2014

* В № 8, 2014 журнала «Корпоративный юрист» на с. 24 следует читать:
«одного из крупнейших российских операторов связи "МегаФон"».

ISSN 1816-109X



9 771816 109140



iPad-версия журнала:
новый номер
в новом дизайне



ОПАСНЫЕ СВЯЗИ



Дмитрий Царев

старший юрист компании ЕУ

Аффилированность с заказчиком или организатором

В отношении заключения сделок с лицами, аффилированными по отношению к организатору закупки, необходимо руководствоваться в первую очередь нормами, регулирующими заключение сделок, в совершении которых имеется заинтересованность. Эти нормы в том или ином виде сформулированы применительно ко всем видам юридических лиц, на которые распространяется действие Федерального закона от 18.07.2011 № 223-ФЗ «О закупках товаров, работ, услуг отдельными видами юридических лиц» (далее – Закон № 223-ФЗ).

Их основной смысл состоит в том, что решение о заключении такого рода сделок должны принимать лица, в них не заинтересованные. При этом на практике встречаются сложности с наличием у организатора закупки информации о том, какие лица могут иметь интерес в заключении сделки. По общему правилу эти лица обязаны самостоятельно сообщать соответствующую информацию, однако санкции за несообщение практически отсутствуют.

Дополнительная обязанность раскрытия информации в отношении аффилированности по отношению к организатору закупки для отдельных юридических лиц установлена Поручением Председателя Правительства РФ В.В. Путина № ВП-П13-9308 от 28.12.2011 (далее – Поручение № ВП-П13-9308). Как говорится в документе, в целях обеспечения прозрачности финансово-хозяйственной деятель-

Закон № 223-ФЗ распространяет свое действие на госкорпорации, естественных монополистов, государственные унитарные предприятия, автономные учреждения и ряд других организаций. К закупкам, осуществляемым такими компаниями, существует повышенный общественный интерес. Обеспокоенность вызывают случаи закупки с участием аффилированных лиц, а также с лицами, аффилированными между собой, и возможные злоупотребления в данной сфере.

ности, в т. ч. для исключения случаев конфликта интересов и иных злоупотреблений, ряду компаний с государственным участием следует при проведении предконтрактной работы в качестве необходимого условия для заключения договора предусмотреть раскрытие контрагентом информации в отношении всей цепочки собственников, включая бенефициаров (в т. ч. конечных).

Аффилированные между собой лица

В отношении заключения сделок с лицами, аффилированными между собой, нормативное регулирование практически отсутствует. В то же время на практике такая аффилированность может привести к разного рода сложностям.

1 Лица, связанные между собой, не обязаны сообщать организатору торгов информацию о своей аффилированности. То есть организатор вынужден самостоятельно отслеживать их аффилированность, что влечет дополнительные организационные сложности и возлагает риск неверного установления наличия или отсутствия аффилированности на организатора. Поручение № ВП-П13-9308 лишь частично решает эту проблему.

2 В случае если в конкурсе все участники аффилированы между собой, и фактически конкуренции между ними нет, то конкурс необходимо признать

несостоявшимся. В то же время, с юридической точки зрения, оснований для признания такой закупки несостоявшейся нет. В таком случае, единственным легитимным основанием является нарушение запрета на соглашения между хозяйствующими субъектами или согласованные действия хозяйствующих субъектов на товарном рынке, если такие соглашения или согласованные действия приводят или могут привести к повышению, снижению или поддержанию цен на торгах либо к недопущению, ограничению или устранению конкуренции (подп. 2 ч. 1 ст. 11, ч. 1 ст. 17 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции»). Однако в этом случае организатору торгов придется доказывать наличие согласованных действий и ограничение конкуренции. При этом обосновать последнее одним лишь фактом того, что

в торгах принимали участие только аффилированные лица, практически невозможно.

3 Непонятно как следует поступить в ситуации, когда организатор решит не допускать к торгам аффилированных между собой лиц – не допускать никого или же допускать только одно такое лицо. Непонятно, по каким основаниям следует выбирать только одно лицо. Например, можно допустить лицо, которое предлагает меньшую цену, но цена, как правило, не единственный критерий определения победителя.

4 Если организатор не допускает аффилированных лиц к торгам или допускает лишь одно из аффилированных лиц, это может служить основанием к обжалованию результатов конкурса по искам недопущенных лиц.

Ситуация

При проведении конкурса на закупку товара, работы или услуги в связи с участием в нем аффилированных между собой лиц практически отсутствует конкуренция. Однако конкурс признается состоявшимся, определяется победитель, с которым заключается договор.

В соответствии с п. 2 ст. 2 Закона № 223-ФЗ положение о закупке является документом, который регламентирует закупочную деятельность заказчика и должно содержать требования к закупке, в т. ч. порядок подготовки и проведения процедур закупки и условия их применения, порядок заключения и исполнения договоров. Таким образом, для решения указанной проблемы целесообразно внести соответствующие правила в положение о закупке. Так, в нем можно предусмотреть обязанность аффилированных между собой лиц, намеревающихся совместно участвовать в закупке, сообщать информацию об этом организатору и предусмотреть ответственность этих лиц за непредставление такой информации. В положении можно также установить последствия подачи заявок на участие в конкурсе только аффилированными лицами.

При этом не стоит забывать, что положение о закупке является довольно гибким инструментом, позволяющим организатору установить в нем те положения, которые будут удобны именно ему. Так можно решить вопрос, будет ли конкурс несостоявшимся или недействительным в случае участия в нем только аффилированных лиц, каковы могут быть последствия признания конкурса несостоявшимся по этому основанию (будет ли, например, признан выиграв-

шим единственный участник), кого из аффилированных лиц допускать к участию в конкурсе.

Решение этих вопросов в положении о закупке снимет с организатора значительную часть рисков.

В качестве альтернативы могут быть использованы положения, предоставляющие заказчику право самостоятельно устанавливать требования к участникам закупки в соответствующей документации о закупке (п. 6 ст. 3, подп. 2 п. 10 ст. 3 Закона № 223-ФЗ). Однако, на наш взгляд, предпочтительнее использовать механизм установления соответствующих норм в положении о закупке. Это позволит минимизировать риск их квалификации в качестве дискриминационных и необоснованно ограничивающих конкуренцию по отношению к участникам закупки.

В положении о закупке можно предусмотреть и обязанность участников закупки предоставлять организатору информацию об аффилированности участника по отношению к заказчику. В нем же можно предусмотреть и последствия непредставления такой информации. Например, недопущение недобросовестного участника до конкурса или расторжение договора с ним в одностороннем порядке, если аффилированность выявилась после заключения договора.

ЧУЖАЯ МУЗЫКА



Елена Кудряшова

старший юрист коммерческой практики
гражданско-правового департамента
юридической фирмы «КЛИФФ»

Владельцы бизнеса зачастую даже не подозревают, что допускают нарушение закона. Например, фоновая музыка, которая звучит в кафе, торговом зале или маршрутке не что иное как публичное исполнение без получения разрешения правообладателя, а значит, является прямым нарушением целого комплекса прав – как исключительных, так и неимущественных. Ежедневно мы просматриваем новостные ленты, газеты, журналы. Каждое фотографическое изображение подлежит защите, но все ли издатели затрудняют себя получением разрешения правообладателя на публикацию?

Охрана «интеллекта»

К охраняемым объектам интеллектуальной собственности относятся литературные и музыкальные произведения, произведения живописи, скульптуры, графики, дизайна, фотографические и иные произведения, фонограммы, изобретения, а также иные объекты, перечисленные в ст. 1225 ГК РФ.

На все результаты интеллектуальной деятельности признаются интеллектуальные права, которые включают исключительное право, являющееся имущественным правом, а в случаях, предусмотренных ГК РФ, также личные неимущественные права (право авторства, право автора на имя, право на неприкосновенность произведения), а также право следования и право доступа. Нарушение, как правило, затрагивает как имущественные, так и неимущественные права.

Специфика рассматриваемой темы позволяет определить круг потенциальных нарушителей – в основном это юридические лица, целью деятельности которых является извлечение прибыли. Это связано с тем, что сам факт нарушения интеллектуальных прав правообладателей так или иначе способствует извлечению прибыли в ходе деятельности лица-нарушителя. В таких случаях, нарушитель потенциально увеличивает свои прибыли, а правообладатель

не получает того, что мог бы получить при заключении соответствующих договоров. Известно, что для физических лиц в некоторых случаях допустимо использование объектов интеллектуальной собственности в личных целях без извлечения прибыли.

Фотографии

Судебная и правоприменительная практика пришла к выводу, что фотографические изображения могут получить защиту в качестве объекта интеллектуальной собственности только в случае, если установлен творческий характер объекта защиты. Отсутствие четких критериев затрудняет доказывание, однако иные инструменты практика еще не выработала. В этой связи рассчитывать на защиту своих прав может только автор фотографии, которая является результатом творческой деятельности, а не техническим снимком. В качестве критериев суды используют признаки сложности, сюжетности и характерности, а также постановочный характер и наличие работы со светом.

ПРИМЕР

Апелляционная инстанция подтвердила правомерность отказа в удовлетворении требований о за-

щите исключительных прав на фотографическое произведение и выплате денежной компенсации, поскольку содержание является беспристрастным описанием фактов, не содержит элементов творчества, содержит исключительно информацию о событиях и фактах, является отчетом фоторепортера (Постановление Девятого арбитражного апелляционного суда от 28.10.2013 № А40-64446/12-5-590).

КАК ПРОИСХОДИТ НАРУШЕНИЕ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ПРАВ НА ФОТОГРАФИЧЕСКОЕ ИЗОБРАЖЕНИЕ

Ответ на этот вопрос заложен в ст. 1270 ГК РФ, где указаны варианты использования произведения. В отношении фотографических изображений нарушения могут выражаться в незаконном воспроизведении, т. е. изготовлении одного и более экземпляров произведения или его части в любой материальной форме. При этом фотография, являющаяся двумерным объектом, может быть воспроизведена не только в двумерном виде, но и в виде трехмерного объекта (терминология законодателя), например, при оформлении упаковки товара, печати изображения на предметах одежды и других объектах.

Нарушением также признается незаконное распространение произведения путем продажи или иного отчуждения его оригинала или экземпляров. Данное нарушение может выражаться в распространении экземпляров фотографических изображений, например, когда фотография напечатана в газете или журнале, распространяемых в тиражном варианте без получения предварительного согласия правообладателя.

Кроме того, интеллектуальные права нарушит публичный показ произведения, т. е. любая демонстрация оригинала или экземпляра произведения без согласия правообладателя. Примером такого нарушения может служить демонстрация фотографического изображения в местах массового скопления людей. Практически все кафе, рестораны, торговые центры крупных городов оборудованы мониторами, позволяющими демонстрировать изображения. В деятельности концертных площадок фотографические изображения часто используются в качестве фона для выступления музыкантов.

Сущность нарушения заключается в том, что все указанные действия совершаются без необходимого соглашения с правообладателем.

Ввиду повсеместного распространения Интернета заполучить интересующее фотографическое изображение достаточно просто. Как правило, результаты выдачи в поисковых системах не сопровождаются предупреждением о потенциальном нарушении интеллектуальных прав вследствие использования фотографии без разрешения автора. Несмотря на то что в последнее время формируется устойчивая судебная практика, нацеленная на защиту интеллектуальных прав, большая часть правообладателей по-прежнему остается уязвимой, ведь для того чтобы иметь возможность защититься, нужно прежде всего заметить нарушение. К примеру, фотограф с Дальнего Востока может никогда не узнать, что изготовленная и обнародованная им фотография северного сияния послужила макетом фотообоев подмосковной фабрики. Сюда можно отнести и ситуации, связанные с использованием фотографий иностранных фотографов.

Часто нарушение интеллектуальных прав автора связано с тем, что установить автора не представляется возможным, например, если фотография не содержит сведений о правообладателе или размещена не на специальной виртуальной площадке правообладателя. Наличие платных фотобанков не всегда гарантирует легальность использования, поэтому при заключении договоров с такими организациями рекомендуем удостовериться в наличии прав на фотографическое изображение у передающего лица.

Таким образом, закон действительно предлагает инструменты для защиты интеллектуальных прав, однако воспользоваться ими не всегда представляется возможным. Даже при желании и умении ориентироваться в Интернете заинтересованное лицо далеко не всегда может отыскать правообладателя. Для участников рынка обращения фотографических изображений не существует организаций, защищающих их права, подобных Российскому авторскому обществу (далее – РАО), куда могли бы обратиться предприниматели, для того чтобы избежать нарушений закона.

Суды в сложившейся ситуации работают только с так называемыми идеальными ситуациями, когда объект безусловно относится к результатам интеллектуальной деятельности, правообладатель известен, смог зафиксировать и доказать нарушение его интеллектуальных прав.