

Проблемы выявления контрафактной продукции.

Научный руководитель – Варламова Алла Николаевна

Мурашов Павел Сергеевич

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Москва, Россия

E-mail: mps11@mail.ru

В российском законодательстве нет прямого определения контрафактной продукции. В п.4 ст 1252 ГК РФ есть упоминание контрафактных материальных носителей, то есть носителей, в которых выраженный результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации, приводят к нарушению исключительного права на такой результат или на такое средство. Соглашение о сотрудничестве в сфере противодействия производству и распространению контрафактной продукции определяет контрафактную продукцию как продукцию, изготовленную и распространяемую с нарушением прав интеллектуальной собственности. [1]

Согласно исследованию, выполненному по заказу Бизнес-инициативы по борьбе с пиратством и контрафактной продукцией (BASCAP) Международной торговой палаты (ICC) и Международной ассоциации по товарным знакам (INTA), к 2022 году общий экономический ущерб от контрафактной продукции может достигнуть 4,7 трлн. долларов США.[2]

Необходимость борьбы с контрафактом вынуждает использовать разные способы его выявления. К таким способам относятся:

1) Исследование содержимого продукции. Многие контрафактные товары можно отправить на экспертизу и выявить отличия от оригинальных при проведении анализа. Данный метод достаточно сложный, так как требует получение образца товара и последующая экспертиза, что в момент приобретения товара потребителем невозможно.

2) Установление отличительных признаков на упаковке товара. Еле заметные уникальные отличительные черты тары могут позволить прямо в магазине отличить оригинальный товар от контрафакта. Само по себе наличие сложных элементов на упаковке или таре в какой-то мере предотвращает появление производителей контрафакта на рынке, так как организовать точное повторение упаковки становится намного дороже и при кустарном способе производства экономически неэффективно, а отличить оригинал от подделки при отсутствии этого отличительного элемента не составит труда. Также до потребителей стоит доносить перечень товаров, который выпускает производитель. Так, например, компания Bayer столкнулась выпуском товаров под торговой маркой «престиж». На рынке появился данный препарат в флаконах по 5 мл, хотя Bayer выпускал его только в флаконах по 60 и 150 мл.

3) Маркировка товаров специальными стикерами, RFID-метками или штрих-кодами. Такие технологии позволяют потребителю с наибольшей точностью и простотой выявить контрафактную продукцию прямо в магазине.

Последний способ выявления контрафакта достаточно распространён в России. Такой деятельностью уже второй десяток лет занимаются несколько компаний, например, «Оригинал» или «Система бренд-контроля DAT». Эти компании наносят на товары производителей стикер с уникальным кодом, при проверке которого покупатель уведомляется о том, является ли купленный товар оригинальным. После обнаружения подделки сотрудники компаний инициируют против продавца гражданский иск. В исковых требованиях указывается на незаконное использование товарного знака (стикера) на продукции, что

позволяет наказать правонарушителя без проведения дорогостоящей экспертизы по сравнению оригинальной продукции и контрафактной.

С 2017 года в России также стал реализовываться проект по обязательной маркировке отдельных видов товаров. Первым шагом было принятие ФЗ от 31 декабря 2017 г. № 487-ФЗ[3], которым вносилось изменение в Федеральный закон от 28 декабря 2009 года № 381-ФЗ «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»[4]. В соответствии с этими изменениями Правительство РФ получило право определять перечень товаров, подлежащих обязательной маркировке [5]и устанавливать положения о системе маркировки. На данный момент в постановлении Правительства об обязательной маркировке находится 21 группа товаров, не установление на которые специальной «метки» повлечет административную ответственность для производителя товаров.

Таким образом, существуют как технические способы борьбы с контрафактом, такие как: усложнение упаковки, для повышения затрат тех, кто собирается подделывать оригинальную продукцию, или нанесение специальных знаков на упаковку, так и юридические, в виде предъявление исков тем, кто продает контрафактную продукцию. Также Правительство РФ принуждает производителей некоторых категорий товаров бороться с контрафактом.

Источники и литература

- 1) СОГЛАШЕНИЕ о сотрудничестве в сфере противодействия производству и распространению контрафактной продукции (<https://docs.cntd.ru/document/542658062>)
- 2) Отчет о состоянии правоприменительной практики в сфере защиты прав на объекты интеллектуальной собственности в Евразийском экономическом союзе за 2019 год. URL: <http://www.eurasiancommission.org/ru/act/finpol/dobd/intelsobs/Documents/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BD%D0%B3%20%D0%9F%D0%9F%D0%9F/%D0%9E%D1%82%D1%87%D0%B5%D1%82%20%D0%9F%D0%9F%D0%9F%20%D0%B7%D0%B0%202019%20%D0%B3%D0%BE%D0%B4.pdf>
- 3) Федеральный закон от 31 декабря 2017 г. № 487-ФЗ “О внесении изменений в статью 4.7 Федерального закона «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа» и статьи 5 и 8 Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации»
- 4) Федеральный закон "Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации" от 28.12.2009 N 381-ФЗ
- 5) Распоряжение Правительства РФ от 28.04.2018 N 792-р (ред. от 24.02.2022)