

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 с 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)