



## ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

# О тенденциях развития правоприменения в сфере недобросовестной конкуренции и рекламы

А.Б. Кашеваров, зам.руководителя ФАС России

Москва, 2012 г.

# Практика правоприменения по «советским брендам»

История создания  
и использования  
товарного знака  
(кем разработан, порядок  
и масштаб использования и т.п.)

Регистрация  
товарного знака  
(разработчиком  
или иным лицом)

ДОБРОСОВЕСТНОСТЬ  
использования обозначения



ДОБРОСОВЕСТНОСТЬ  
регистрации товарного знака

# Примеры антимонопольных дел



- ❖ Наименование «Летний» разработано НИИ и использовалось различными предприятиями в СССР
- ❖ Обозначение «Летний» зарегистрировано в 2004 г. как товарный знак
- ❖ Правообладатель препятствовал конкуренту использовать обозначение «Летний»



**Недобросовестная регистрация товарного знака**

# Примеры антимонопольных дел



❖ «АнтиГриппин» как аптечная пропись использовался в СССР с 60-х гг. как противогриппозное средство

❖ Заявитель использовал обозначение «АнтиГриппин» с 90-х гг.

❖ Конкурент, зарегистрировав товарные знаки «АнтиГриппин», начал препятствовать заявителю использовать данное обозначение



**Недобросовестная регистрация  
товарного знака**

# Примеры антимонопольных дел



- ❖ Этикетка и рецептура разработаны в 1965 году правообладателем ТЗ «Аленка»
- ❖ Производство шоколада было **освоено на ряде кондитерских фабрик СССР**

**Добросовестная регистрация товарного знака**

- ❖ Производитель «Крупской Аленки» изменил используемый им исторический этикет в 2009 г.
- ❖ Роспатент подтвердил сходство до степени смешения новой этикетки «Крупской Аленки» с ТЗ «Аленка»

**НЕдобросовестное использование обозначения**



Использование исторических этикеток, существовавших до даты приоритета по ТЗ «Аленка», не является актом недобросовестной конкуренции (в форме незаконного использования товарного знака)

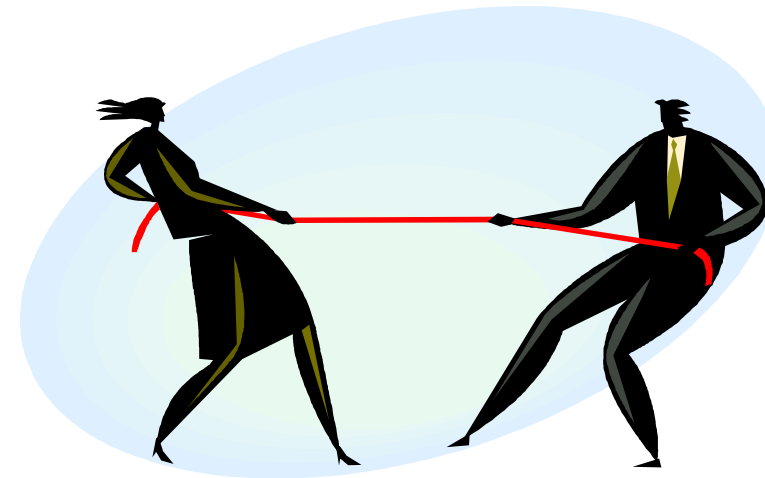


# Новые формы недобросовестной конкуренции

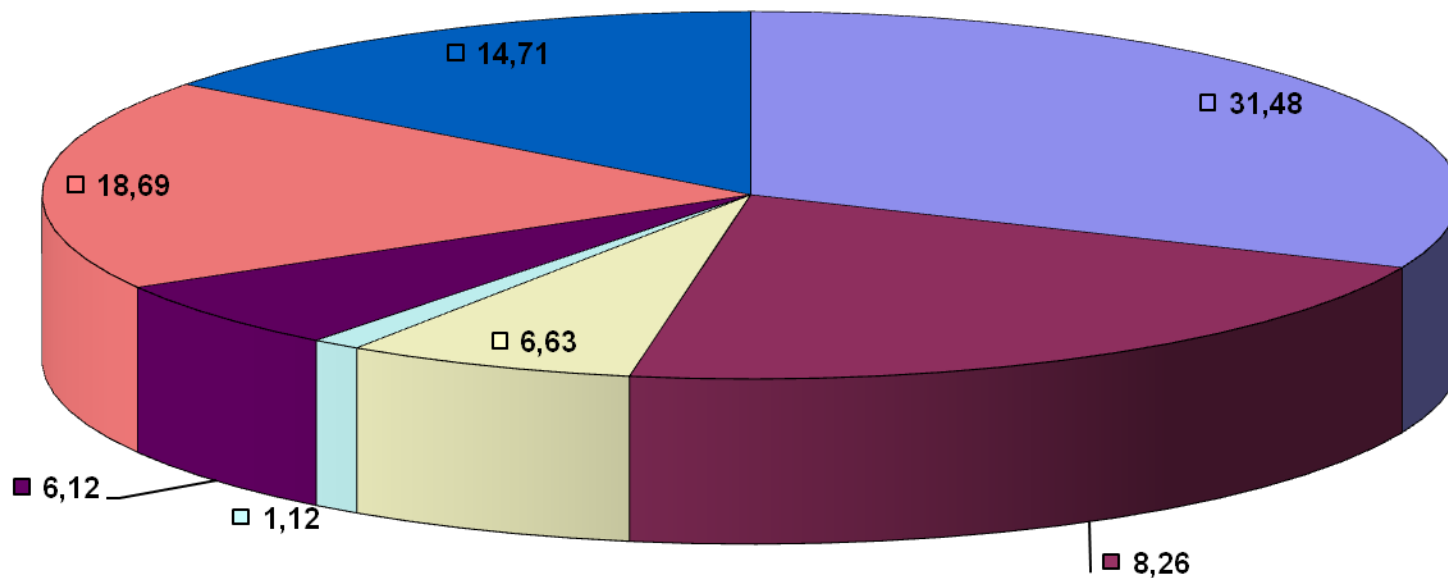
Перечень форм  
НДК в статье 14 Закона  
о защите конкуренции  
не исчерпывающий

Разрабатываются **новые формы недобросовестной конкуренции** в следующих направлениях:

- ✓ имитация дизайна упаковки
- ✓ принижение товарного знака, товара, деятельности либо деловых качеств конкурента
- ✓ использование деловой репутации конкурента



# Статистика нарушений в рекламе за 1/2 2012 года



- финансовые услуги (31,48%)
- недобросовестная, недостоверная, неэтичная реклама (21,25%)
- алкоголь, пиво, табак (6,63%)
- стимулирующие лотереи (1,12%)
- реклама в печатных изданиях (6,12%)
- лекарства, медицинские услуги, БАДы (18,69%)
- иное (14,71%)



Реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги

**для юридического лица** - наименование,

**для индивидуального предпринимателя** - фамилию, имя, отчество.



**Значительное число нарушений выражается в** отсутствии в рекламе всех условий, влияющих на сумму доходов или расходов лица, обратившегося за получением финансовой услуги, при указании в рекламе хотя бы одного из таких условий



- **неуказание в рекламе всех условий**, определяющих стоимость услуги для потребителя;
- **формальное размещение** в рекламе всех необходимых условий договора, однако способом, который не позволяет потребителям рекламы воспринимать данную информацию (мелким нечитаемым шрифтом)

## Ст. 25 Федерального закона «О рекламе» (п.1 ч.1)

**Реклама биологически активных добавок и пищевых добавок не должна создавать впечатление о том, что они являются лекарственными средствами и (или) обладают лечебными свойствами (то есть положительным влиянием на течение болезни)**



- поможет при сахарном диабете,
- поможет с профилактикой осложнений связанных с диабетом,
- улучшит метаболические и гликемические показатели у больных сахарным диабетом второго типа



препарат окажет положительное воздействие на организм в целом, поможет справиться с недостатком йода в организме, что приводит к таким заболеваниям как сердечнососудистая патология, гипертоническая болезнь, улучшит общее состояние здоровья, поможет очистить организм от шлаков и токсинов, поможет предотвратить онкологические заболевания, снизит вес



В соответствии с поручением Президента РФ ФАС России готовит изменения в Закон о рекламе, согласно которым **ответственность** за нарушение п.1 ч.1 статьи 25 Федерального закона «О рекламе» будет нести и рекламодаделец, и **рекламораспространитель** (в настоящее время – только рекламодаделец)



# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!



[www.fas.gov.ru](http://www.fas.gov.ru)



FAS-book



rus\_fas