

*С.И. Оттенс
Е.А. Акимкина*
*Управление Федеральной антимонопольной службы
по Орловской области
г. Орел, Российская Федерация*

**Защита прав на использование товарных знаков как одно из
актуальных направлений правоприменения в конкурентном праве**

В настоящее время права проблемы интеллектуальной собственности и недобросовестной конкуренции часто пересекаются с некоторыми аспектами государственной политики. Политические установки, способствующие свободной и справедливой конкуренции, иногда могут вступать в конфликт с правами интеллектуальной собственности (товарный знак, знак обслуживания, авторское право, недобросовестная конкуренция).

Так, взаимоотношения между правами интеллектуальной собственности и антимонопольным законодательством стали объектом многократных исследований в связи с тем, что существует вполне реальная возможность некорректного использования прав интеллектуальной собственности, именно, с целью монополизации рынка.

Права интеллектуальной собственности и рыночные злоупотребления хозяйствующих субъектов не вытекают непосредственно одно из другого. Большинство лицензионных соглашений сегодня включают в себя объекты прав интеллектуальной собственности, и большая их часть содействует справедливой конкуренции на рынке, стремясь к повышению уровня инноваций в экономике.

Систему интеллектуальной собственности и политику свободной конкуренции нельзя считать неотъемлемыми противоречащими друг другу явлениями, требующими взаимных уступок. Можно проследить связь между

ними иного плана: они дополняют и поддерживают друг друга. Патентное право и антимонопольное право фактически взаимодополняющие отрасли права, поскольку и то, и другое нацелены на развитие инноваций, производства и конкуренции.

Охрана товарных знаков и промышленных образцов также способствуют добросовестной конкуренции путем использования брендов или торговой марки, и защиты потребителей, поскольку их задача – четко идентифицировать источник продукта или услуги. Однако, чтобы обеспечить механизмы самозащиты и контроля на случай нарушения прав интеллектуальной собственности, необходимо координировать взаимодействие между государственными мерами, способствующими как развитию конкуренции, так и усовершенствованию системы защиты интеллектуальной собственности.

Одними из государственных органов, осуществляющих вышеуказанные меры и являются антимонопольные органы, одной из основных функций которых, в соответствии со статьей 22 Федерального закона от 26.07.2006 г. № 135 «О защите конкуренции» (далее – Закон «О защите конкуренции») является выявление нарушения антимонопольного законодательства, принятие мер по прекращению нарушения антимонопольного законодательства и привлечение к ответственности за такие нарушения, в том числе за нарушения, связанные с ведением участниками товарных рынков недобросовестной конкуренции.

В соответствии с частью 9 статьи 4 Закона «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция представляет собой любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и

причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам – конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

В России антимонопольными органами уделяется большое внимание пресечению недобросовестной конкуренции.

Вместе с тем, в настоящее время обозначилась устойчивая тенденция к росту числа дел, связанных с незаконным использованием товарного знака, относящегося к продуктам интеллектуальной собственности.

К товарным знакам и знакам обслуживания относятся зарегистрированные в установленном порядке обозначения, способные отличать товары и услуги одних юридических или индивидуальных предпринимателей от однородных товаров и услуг других юридических или индивидуальных предпринимателей.

Можно выделить несколько основных задач, для решения которых предназначен товарный знак.

Во-первых, товарный знак является средством индивидуализации предприятия, а также производимых им товаров или оказываемых услуг. Выразительный, простой и легко запоминающийся товарный знак призван ассоциироваться у потребителя с конкретной фирмой, качеством предлагаемых ею товаров или оказываемых услуг. Являясь одним из главных элементов имиджа фирмы, товарный знак помогает потребителю в выборе товаров и услуг. Законом признается исключительное право на товарный знак, которое удостоверяется свидетельством на товарный знак.

Без всяких сомнений - хорошо узнаваемый товарный знак без подробного изучения товара позволяет определить его происхождение и судить о качестве. Покупатель готов заплатить более высокую цену за товар, выпускаемый под известным и зарекомендовавшим себя товарным знаком, чем приобрести сравнительно дешевый и, возможно, некачественный товар

неизвестного производителя. Таким образом, к товарному знаку потребитель обращается в первую очередь как к гарантии качества.

И, во-вторых, товарный знак незаменим, как средство рекламы. Отражая информацию о качестве товара и его производителе, товарный знак может размещаться на товаре, на упаковке и в рекламе и позволяет потребителю сразу отличать его от аналогичных товаров других производителей.

Вышеупомянутые задачи товарного знака делают его важным инструментом для продвижения товара и товаропроизводителя на рынке. Именно по этой причине, товарные знаки как объекты интеллектуальной собственности, стали одним из важнейших понятий антимонопольного законодательства, а защита прав на использование товарных знаков — одним из актуальнейших на сегодняшний день направлений деятельности антимонопольных органов.

Так, согласно части 2 статьи 14 Закона «О защите конкуренции», не допускается недобросовестная конкуренция, связанная с приобретением и использованием исключительных прав на средства индивидуализации юридического лица, индивидуализации продукции, выполняемых работ или оказываемых услуг.

Антимонопольная практика показывает эффективное применение данной нормы к действиям хозяйствующего субъекта, который приобрел исключительные права на товарные знаки, идентичные или сходные до степени смешения с обозначением, используемым его конкурентом до даты приоритета данного товарного знака, и ограничивающего своего конкурента в использовании данного обозначения.

Так, например, в 2012 году по признакам нарушения антимонопольного законодательства Российской Федерации в части недобросовестной конкуренции, Орловским УФАС России было

возбуждено дело в отношении индивидуального предпринимателя, который незаконно использовал товарный знак «Окна Комфорта», правообладателем которого является ООО «Одинцовские окна. Продвижение» (г. Москва) Основанием для возбуждения дела явилось поступившее в Управление заявление ООО «Одинцовские окна. Продвижение» (г. Москва) о незаконном использовании индивидуальным предпринимателем товарного знака «Окна Комфорта».

Предпринимателю было выдано предписание о прекращении нарушения антимонопольного законодательства, выразившегося в незаконном использовании товарного знака «Окна Комфорта».

За нарушение требований части 2 статьи 14 Закона «О защите конкуренции» предусмотрена административная ответственность в соответствии частью 2 статьи 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях на должностных лиц в размере 20 000 (двадцать) тысяч рублей или дисквалификацию на срок до трех лет.

За 2012 год в Орловском УФАС России было рассмотрено 2 заявления по указанной проблеме.

Число подобных случаев, касающихся вопроса правоприменения конкурентного права антимонопольным органом, как показывает практика, в области защиты прав хозяйствующих субъектов на использование товарных знаков из года в год возрастает.

Незаконная деятельность недобросовестного конкурента влечет за собой самые различные негативные последствия для добросовестных конкурентов, и с этим надо бороться. Если средство индивидуализации (товарный знак) существующей фирмы незаконно использует недобросовестный конкурент, то она вправе заявить иск с требованием о пресечении действий недобросовестного конкурента. А если своими незаконными действиями недобросовестный конкурент причинил убытки, то

пострадавшее лицо может обратиться в суд с иском и о возмещении причиненных убытков, так как по общему правилу нарушитель обязан возместить пострадавшему и реальный ущерб, и упущенную выгоду в полном объеме.

Товарный знак должен быть защищен от недобросовестного конкурента и для этого используется не только административная и гражданско-правовая, но и уголовная ответственность.