



**Государственный университет  
– Высшая школа экономики**

---

**Изменение масштабов и форм борьбы  
с контрафактной продукцией на  
российском рынке потребительских  
товаров**

**по заказу Содружества  
производителей фирменных торговых марок  
(РусБренд)**

**Май 2008**

# Раздел I

---

## Общая характеристика исследования



# Оценка изменений за 2002-2007 гг.

---

- в законодательстве и практиках правоприменения
- в деятельности государственных органов
- в политике правообладателей
- в отношении конечных потребителей
- в деятельности производителей и распространителей контрафакта



# Источники информации

---

- Экспертных интервью, в том числе с сотрудниками компаний-правообладателей и экспертами
- Законодательные и нормативные акты
- Аналитические и статистические материалы



# Представители компаний (товарные категории)

---

- Алкогольная продукция
- Бритвенные лезвия
- Гигиенические прокладки
- Кофе
- Лекарственные средства
- Одежда и обувь
- Парфюмерия и косметика
- Табачные изделия
- Чай
- Чистящие и моющие средства
- Элементы питания



# Внешние эксперты

---

- Представители органов государственной власти и правоохранительных органов
- Представители юридических фирм
- Представители охранных агентств
- Представители деловых ассоциаций



# Раздел II

---

## Основные результаты исследования



# Произошло ужесточение законодательства

---

- В УК наказания переведены в разряд тяжелых (до 6 лет)
- В КоАП штраф для юр. лица составляет 40 тыс. руб. с конфискацией товара
- В ГК размер компенсации увеличен до 5 млн. руб.
- Появилась возможность закрытия предприятия и конфискации оборудования
- Введена ответственность за неоднократное нарушение прав интеллектуальной собственности



# Сохраняются пробелы в законодательстве (1)

---

- Четко не определено «незаконное использование товарного знака»
- Не разделены понятия контрафакта, товара-имитатора и фальсификата
- Не дифференцированы наказания для разных категорий участников рынка
- Не ясно, как устанавливать первое право возникновения коммерческого обозначения



# Сохраняются пробелы в законодательстве (2)

---

- Недостаточно определен порядок измерения ущерба для правообладателя
- Трудно реализовать норму о конфискации оборудования у нарушителей
- Уничтожение продукции не внесено в перечень формальных санкций
- Не определен регламент уничтожения

# Введение четвертой части ГК РФ

---

## Сомнения:

- Снижает гибкость по сравнению со специальными законами?
- Разрушит сложившиеся практики правоприменения?
- Переместит акцент в ведение гражданского права?

## Выводы:

- Содержание законодательных норм практически прежнее
- Существенных изменений в правоприменении не ожидается



# Федеральная таможенная служба

---

- Число выявленных поставок контрафакта выросло более чем на порядок
- Число торговых марок в Реестре ФТС достигло 1 тыс. ед.
- Введены ограничения для «челноков»
- Готовится введение правила *ex officio*
- Предлагается увеличить сроки посттаможенного контроля
- Введены 200 должностей офицеров, специализирующихся на защите интеллектуальной собственности



# Министерство внутренних дел

---

- Более активное предупреждение противоправной деятельности
- Растет число административных и уголовных дел
- Число административных дел, доведенных до суда, выросло в 3-4 раза
- Растет число привлеченных к уголовной ответственности (преимущественно по 146 ст. УК)



# Роспатент

---

- В 2003-2006 гг. число заявок выросло в полтора раза (от иностранных компаний – на 163%)
- Ежегодно рассматривается более 3 тыс. запросов от государственных органов
- Обеспечивается прямой доступ сотрудников ФТС к Реестру товарных знаков
- Создан Отдел судебного представительства



# Политика правообладателей

---

- Открытие представительств и введение специальных должностей
- Использование экономических мер
- Использование принципа «одного окна» при ввозе товаров



# Противоречивость позиции отдельных правообладателей

---

- Экономически расходы на борьбу не оправдываются в краткосрочной перспективе
- Доля контрафакта считается незначительной (порог терпимости – 5-15% рынка)
- Нежелание привлекать внимание к продукту
- Игнорирование проблемы в начальный период
- Неполное информирование головных офисов
- Случаи давления на правообладателей





# Отношение потребителей

---

- Считают, что поддельные и фальсифицированные товары продаются часто – 84% (ФОМ)
- Считают, что число поддельных и фальсифицированных товаров растет – 58% (ФОМ)
- Покупали товары, зная или предполагая, что они поддельные – 38% (Gallup Organization, Комкон)



# Новые тенденции на рынках контрафактной продукции

---

- Доля контрафакта продолжает сокращаться
- Продолжает повышаться качество состава и упаковки контрафактной продукции
- Производство вытесняется за пределы России, контрафакт перемещается в регионы и сеть Интернет
- Усилилась сегментация рынка контрафакта по торговым форматам
- Распространители контрафакта усиливают свою юридическую защиту



# Объемы контрафакта (1)

---

- Сфера господствующего распространения – 70-80% (CD, DVD-продукция)
- Сфера массового распространения – 30-40% (алкоголь, одежда и обувь)
- Сфера широкого распространения – 10-20% (парфюмерия, лекарственные средства)
- Сфера ограниченного распространения – 1-2% (чай, кофе, бритвенные лезвия)



## Объемы контрафакта (2)

---

- По одиннадцати обследованным категориям  
– 26% продаж (525 млрд. руб.)
- Без двух категорий массового распространения  
– 8% продаж

(Рассчитано по данным Росстата, маркетинговых агентств, экспертным оценкам)



# Раздел III

---

## Выводы и рекомендации



# Создание системы мониторинга контрафакта

---

- Дефицит надежной информации
- Расхождение экспертных оценок на порядок
- Необходимость разработки признанных методик определения масштабов контрафакта
- Целесообразность разделения функций мониторинга и защиты правообладателей



# Совершенствование законодательства

---

- Устранять пробелы в законодательных нормах (пример: регулирование Интернет-торговли)
- Согласовывать нормы ГК, КоАП, УК и специального законодательства (пример: рассмотрение дел по месту совершения правонарушения)
- Избегать ввода дополнительных административных и финансовых барьеров (пример: маркировка продукции)



# Повышение эффективности правоприменения

---

- Формирование системы обучения сотрудников правоохранительных органов
- Введение гибких программ с учетом интенсивной ротации кадров
- Издание методических пособий
- Необходимы разъяснения Высшего арбитражного суда и Верховного суда по применению 4-ой части ГК





# Разъяснение ситуации правообладателям

---

- Ужесточилось законодательство, активизировались контролирующие органы, сложилась судебная практика
- Создана инфраструктура агентств по защите прав интеллектуальной собственности
- При целенаправленных усилиях возможно удерживать долю контрафакта на минимальном уровне
- Сохранение контрафакта способно порождать долгосрочные негативные эффекты для имиджа и продаж



# Работа с потребителями

---

- Разъяснение негативных последствий контрафакта без указания отдельных компаний и брендов
- Акцент на ущерб для здоровья от некачественной продукции и прямой обман потребителей
- Постепенное закрепление идей о важности соблюдения прав интеллектуальной собственности





---

**СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ**