

УДК 347

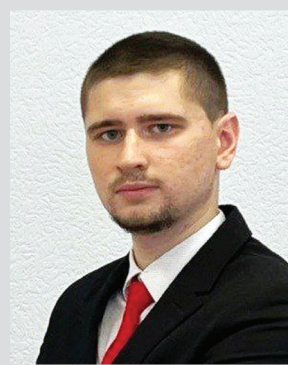
DOI: 10.24412/1998-5533-2025-1-358-362

Регистрация товарных знаков как акт недобросовестной конкуренции сквозь призму правоприменительной практики



Барышев С.А.

Кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского права Казанского филиала Российского государственного университета правосудия имени В.М. Лебедева



Гришин С.А.

Студент факультета подготовки специалистов для судебной системы Казанского филиала Российского государственного университета правосудия имени В.М. Лебедева

Актуальность темы статьи обусловлена широким распространением регистрации товарных знаков как актов проявления недобросовестной конкуренции в отечественном торговом обороте и возникающими вопросами в правоприменительной практике. Кроме того, на момент написания статьи возможность возвращения многих зарубежных компаний на отечественный рынок создает риски для действующих на рынке отечественных производителей в части оспаривания их действий по регистрации товарных знаков.

Целью исследования является изучение отдельных проблем признания товарных знаков актом недобросовестной конкуренции в разрезе судебной практики отечественных судов и действующего законодательства. Задачами исследования являются: анализ определения акта недобросовестной конкуренции, его характерных признаков, а также анализ проблем признания регистрации товарных знаков как недобросовестного поведения хозяйствующих субъектов.

Научная значимость работы заключается в юридическом анализе системных признаков регистрации товарных знаков как акта недобросовестной конкуренции. Практическая значимость работы заключается в возможности использования полученных материалов для совершенствования практики судов в России.

По результатам проведенного исследования выявлены характерные признаки недобросовестной конкуренции при регистрации товарных знаков, проведен анализ судебной практики и выявлены те критерии, которые учитываются судами по указанной категории споров.

Ключевые слова: акт недобросовестной конкуренции, регистрация товарных знаков, судебная практика, закон о защите конкуренции, зарубежные правообладатели, торговый оборот

Для цитирования: Барышев С.А., Гришин С.А. Регистрация товарных знаков как акт недобросовестной конкуренции сквозь призму правоприменительной практики // Вестник экономики, права и социологии. 2025. № 1. С. 358–362. DOI: 10.24412/1998-5533-2025-1-358-362.

Прекращение ведения хозяйственной деятельности на территории Российской Федерации целого ряда иностранных компаний имело как положительные стороны для отечественного бизнеса в области конкуренции (снижение уровня противоборства с крупными иностранными компаниями, за счет чего российские предприниматели смогли привлечь внимание потребителей), так и ряд негативных тенденций (снижение конкуренции неизбежно приводит к снижению качества товара (работ, услуг)). Одной из негативных тенденций на российском товарном рынке стало активное применение схожих до степени смешения товарных знаков, коммерческих обозначений иностранных компаний с целью использования сложившейся репутации производителя.

Товарный рынок, переполненный однородными товарами (работами, услугами), несомненно, нуждается в средствах отделения продукции одних изготовителей от продукции других. В этой связи товарный знак, будучи средством индивидуализации юридического лица, выполняет две важнейшие функции:

– отличительную. Именно различительная способность является ключевым свойством товарного знака, позволяющая потребителю идентифицировать товар конкретного производителя среди многочисленных однородных товаров. Так, например, товарный знак *BMW*, *Mercedes-Benz* имеет стойкую ассоциацию потребителя с конкретным немецким производителем;

– рекламную. Благодаря сложившемуся положительному или негативному опыту употребления товара потребителем, репутации производителя на товарном рынке и иных ассоциацией, возникающих у потребителя, последний готов отдать при выборе предпочтение тому или иному товару. К примеру, можно привести рынок наручных часов, где товарный знак *Rolex* создает у потребителя ассоциацию с роскошью, высоким качеством и швейцарским происхождением.

В этой связи не только хозяйствующие субъекты, но и государственные органы заинтересованы в установлении ограниченного государственного контроля торгового оборота с целью исключения искажения, размытия товарных знаков производителей, а также введения потребителя в заблуждение.

Сама по себе репутация производителей и их товаров, которая закладывается в товарный знак, является конкурентным преимуществом на товарном рынке. Данное преимущество может быть в значительной степени нивелировано незаконным использованием товарных знаков другими хозяйствующими субъектами, поскольку последнее является актом недобросовестной конкуренции, что, в свою очередь, приводит к необходимости противодействия данному использованию.

Подобные недобросовестные действия крайне отрицательно влияют на одну из конституци-

онно-правовых ценностей в современной России, а именно ведение добросовестной экономической деятельности. В свою очередь добросовестность экономической деятельности включает в себя и ведение честной, основанной на нормах закона, конкуренции.

Современное российское законодательство нормативного определения «добросовестной конкуренции» не содержит. Вместо этого в рамках правового регулирования и правоприменения используется понятие «недобросовестной конкуренции». Такой подход обусловлен необходимостью, в первую очередь, урегулировать поведение, отклоняющееся от принятых норм ведения предпринимательской деятельности.

Действующее законодательство РФ недобросовестной конкуренцией признает любой акт хозяйствующих субъектов, соответствующий следующим признакам [1]:

1. Субъектный состав. Акт недобросовестной конкуренции может совершаться только в отношении между хозяйствующими субъектами рынка.

2. Направленность акта. Совершаемый хозяйствующим субъектом акт связан с получением конкурентных преимуществ на товарном рынке, которые, в свою очередь, позволяют обеспечить превосходство над конкурентами, а также максимизировать прибыль в сравнении с ситуацией отсутствия такого рода действий.

3. Неправомерность поведения. Закон допускает противоречие такого акта не только специальным нормам законодательства, но и обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;

4. Результат в виде реальных или потенциальных убытков или иного вида ущерба для других участников рынка, либо причинения вреда их деловой репутации.

Так, например, в п. 2 ст. 10-bis «Конвенции по охране промышленной собственности» от 1883 г. [2] под актом недобросовестной конкуренции понимается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах.

В отличие от положений указанной Конвенции российское законодательство использует формулировку «любые действия хозяйствующих субъектов» без упоминания общего понятия «акта недобросовестной конкуренции». Теоретически актом недобросовестной конкуренции можно признать и нарушение правил дорожного движения, если такое поведение позволило одной коммерческой организации приобрести преимущество перед другим (например, заключить выгодный договор раньше другой стороны).

Таким образом, существенным отличием содержащегося в российском законодательстве определения понятия недобросовестной конкуренции от

сходного понятия, используемого зарубежным законодательством и международными актами, является его открытый характер, допускающий признание в качестве акта недобросовестной конкуренции самого широкого круга действий.

С этой позиции основами признака недобросовестности будут являться как нарушения норм закона, так и обычаев делового оборота, требований добрых нравов, разумности и справедливости.

В этой связи целесообразно согласиться с позицией В.И. Еременко, который предлагает в практической деятельности отдавать приоритет именно принципам добропорядочности, разумности и справедливости. Дело в том, что обычаи делового оборота, формируясь естественным образом, могут вступить в противоречие с более высокими этическими стандартами, что создаст трудности в оценке действий, квалифицируемых как недобросовестная конкуренция [3].

Сами же нормы Закона о защите конкуренции носят универсальный характер и подлежат применению в любой сфере правоотношений, в которых участвуют российские и иностранные юридические лица.

Учитывая данные описания сущностей товарного знака и недобросовестной конкуренции, необходимо перейти к рассмотрению предметно вопроса о регистрации товарных знаков как акта недобросовестной конкуренции.

Иск о признании тех или иных действий актом недобросовестной конкуренции является разновидностью исков о признании. Судебные акты по ним не возлагают обязательств на ответчика (п. 17 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 17.11.2015 г. № 50 «О применении судами законодательства при рассмотрении некоторых вопросов, возникающих в ходе исполнительного производства» [4]).

Доказанное злоупотребление при регистрации товарного знака делает возможным применение заинтересованными сторонами процедуры оспаривания предоставления правовой охраны этому знаку. Однако исключительное право на товарный знак продолжает действовать в полном объеме в отношении третьих лиц до момента прекращения правовой охраны на основании возражения.

Вместе с тем, Верховный Суд РФ в абз. 6 п. 169 Постановления Пленума от 23.04.2019 г. № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» [5] расширяет указанные выше признаки акта недобросовестной конкуренции и указывает на необходимость учитывать цель, преследуемую лицом при приобретении такого права на товарный знак.

Важным аспектом, учитываемым по данной категории дел, является также известность обозначения на товарном рынке, вероятность его случайного совпадения с другими обозначениями.

Указанный подход учитывается судами по такой категории дел. Например, в деле *LEGO vs. Guangdong Ausini Toys Industry Co., Ltd* Суд по интеллектуальным правам указал важное для торгового оборота правило – важен не факт введения в гражданский оборот на дату приоритета спорных товарных знаков, а факт начала использования спорного обозначения ранее иных производителей.

В указанном деле китайский производитель игрушек, похожих на известную для всех модельку человечка *LEGO*, пытался признать регистрацию товарного знака актом недобросовестной конкуренции, поскольку такой товарный знак не обладает в полной мере различительной способностью и широко используется третьими лицами до даты его приоритета. Вместе с тем суд учел поведение американской компании до регистрации товарного знака. В рассматриваемой ситуации регистрация спорного товарного знака компанией *LEGO* преследовала цель приобретения правовой охраны на обозначения, которые длительно использовались именно ею, а не причинение вреда хозяйствующим субъектам – конкурентам [6].

Сложно не согласиться с тем, что регистрация товарного знака на продукцию, которую длительное время производила американская компания, является естественным поведением и должно поощряться, а не наказываться.

Одним из камней преткновения в рассматриваемой категории споров является доказывания причинения или возможности причинения убытков.

В деле № СИП-565/2022, несмотря на наличие всех иных признаков недобросовестной конкуренции, отсутствие убытков для истца привело к отказу в удовлетворении его требований. Так, Е.А. Кудашев, будучи учредителем общества «Петвадор», зная о наличии корпоративного конфликта, с целью злоупотребления правом и причинения вреда обществу «Мисма», а также его правом предшественнику обществу «Мисма Пет» зарегистрировал схожий до степени смешения товарный знак для реализации однородных товаров и услуг.

В данном споре ключевым является вывод суда, устанавливающий необходимость оценивания действий обвиняемого истцом в акте недобросовестной конкуренции ответчика на предмет их добросовестности исключительно по отношению к истцу, а не к другим участникам рынка в силу того, что дело рассматривается в рамках искового производства [7].

Однако стоит отметить, что и противодействие недобросовестной конкуренции происходит и на административном уровне. В качестве примера можно привести дело Общества «Гифт» (СИП-871/2024), где российская компания пыталась зарегистрировать товарный знак «*WilkyWaves*». В данном деле судом было установлено сходство до степени смешения с товарным знаком «*Wilkyway*», что явилось,

в силу требований п. 6 ст. 1483 ГК РФ, самостоятельным основанием для отказа в государственной регистрации. Возможная регистрация товарного знака «*WilkyWaves*» привела бы к появлению у иностранного правообладателя оснований для признания подобного поведения актом недобросовестной конкуренции [8].

На отечественном рынке в конкуренции между российскими предпринимателями также можно встретить недобросовестную регистрацию товарных знаков. Чаще всего такая категория дел отличается наличием существовавших ранее между правообладателем и истцом определенного рода коммерческих и иных правоотношений.

В ряде случаев лицо, зарегистрировавшее товарный знак, может знать о правомерном использовании какими-либо третьими лицами сходного до степени смешения обозначения для индивидуализации своих товаров или услуг без регистрации в качестве средства индивидуализации либо о получении данным обозначением известности среди потребителей товара, работы, услуги. Подобные действия также свидетельствуют о недобросовестной конкуренции.

Например, в деле № СИП-484/2023 рассматривался спор о товарном знаке «*OSTRO*». Дело интересно тем, что факт известности ответчику того, что истец использовал спорное обозначение при реализации соответствующих товаров и услуг до даты приоритета товарного знака, усматривался судом из электронной переписки сторон в социальной сети «ВКонтакте», а также факта ведения деятельности по продаже ножей на одних и тех же электронных площадках.

Одновременно, судом было учтено поведение ответчика после регистрации спорного товарного знака. Так, ответчик по представленному делу после получения свидетельства на товарный знак направил претензию с требованием о выплате компенсации. При данных обстоятельствах вероятность случайности совпадения спорного товарного знака с доминирующей (сильной) частью (формантом) обозначений, использовавшихся истцом задолго до даты приоритета спорного знака, совершенно очевидно исключена [9].

Важно отметить, что недобросовестная конкуренция путем регистрации товарного знака не только наносит ущерб торговому обороту, но представляет угрозу для потребителя. Последний при приобретении товара с размещением фальшивого товарного знака как акта товарного знака вводится в заблуждение относительно производителя.

Таким образом, можно сделать следующие выводы из изложенного выше. Институт регистрации товарных знаков, призванный обеспечивать защиту интеллектуальной собственности и индивидуализировать товары и услуги, может быть использован в качестве инструмента недобросовестной конкуренции.

Для признания регистрации товарного знака недобросовестной конкуренцией требуется особый статус нарушителя – хозяйствующего субъекта. Направленность на получение преимущества за счет сложившейся репутации на рынке конкурента, противоречие закону, обычаям и требованиям добропорядочности в торговом обороте должны являться целью действий по регистрации. Наличие или потенциальная возможность возникновения убытков для конкретного хозяйствующего субъекта также подлежит обязательному доказыванию, как один из важнейших признаков недобросовестной конкуренции.

В связи с этим, представляется необходимым совершенствование законодательства в сфере защиты конкуренции и интеллектуальной собственности. Кроме того, необходима активная просветительская работа среди предпринимателей и потребителей о рисках недобросовестной конкуренции, связанных с товарными знаками, и о способах защиты своих прав.

Литература:

1. Федеральный закон от 26.07.2006 г. 3 135-ФЗ «О защите конкуренции» // СЗ РФ. 2006. № 31 (ч. I). Ст. 3434.
2. Конвенция по охране промышленной собственности (Париж, 20 марта 1883 г.) // СПС Гарант.
3. Недобросовестная конкуренция: учебно-практич. пособие / Под ред. д.ю.н., проф. О.А. Городова. М.: «Юстицинформ», 2020. 324 с.
4. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 17.11.2015 г. № 50 «О применении судами законодательства при рассмотрении некоторых вопросов, возникающих в ходе исполнительного производства» // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации. 2016. № 1.

5. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.04.2019 г. № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» // Бюллетень Верховного Суда Российской Федерации. 2019. № 7.
6. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 01.04.2024 г. № С01-106/2024 по делу « СИП-482/2023 // СПС Гарант.
7. Решение Суда по интеллектуальным правам от 12.01.2023 г. по делу № СИП-565/2022 // СПС Гарант.
8. Решение Суда по интеллектуальным правам от 21.10.2024 года по делу № СИП-871/2024 // СПС Гарант.
9. Постановление президиума Суда по интеллектуальным правам от 17.11.2023 г. № С01-1949/2023 по делу № СИП-484/2023 // СПС Гарант.

Features of the Definition of the Concept of Works of Unknown Authorship (“Orphan” Works) in France

Baryshev S.A., Grishin S.A.
Kazan Branch of the Lebedev Russian State University of Justice

The relevance of the topic of the article is due to the widespread registration of trademarks as acts of unfair competition in domestic trade and emerging issues in law enforcement practice. In addition, at the time of writing, the possibility of many foreign companies returning to the domestic market creates risks for domestic manufacturers operating on the market in terms of challenging their trademark registration actions.

The purpose of the study is to study individual problems of recognizing trademarks as an act of unfair competition in the context of the judicial practice of domestic courts and current legislation. The objectives of the study are: to analyze the definition of an act of unfair competition, its characteristic features, as well as to analyze the problems of recognizing trademark registration as unfair behavior of business entities.

The scientific significance of the work lies in the legal analysis of the system features of trademark registration. The practical significance of the work lies in the possibility of using the materials obtained to improve the practice of courts in Russia.

Based on the results of the study, the characteristic signs of unfair competition in trademark registration were identified, an analysis of judicial practice was carried out and the criteria that are taken into account by the courts in this category of disputes were identified.

Keywords: the act of unfair competition, trademark registration, judicial practice, the law on protection of competition, foreign copyright holders, trade turnover

