

Гаврилин Максим Сергеевич

студент

НОУ ВО «Московский институт юриспруденции»

г. Москва

НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ КЛАССИФИКАЦИИ КОНТРАФАКТНОЙ ПРОДУКЦИИ

***Аннотация:** в статье проанализированы признаки контрафактности продукции, в зависимости от которых указанная продукция может быть разделена на соответствующие группы. Автором дано определение понятию «контрафактная продукция». Рассмотрены группы контрафактной продукции, объединённые родовыми признаками. Исследователем приведена классификация двойников и имитаторов. Охарактеризованы основополагающие признаки контрафактного алкоголя. В заключение указана доля распространения контрафактных товаров в зависимости от области применения товара.*

***Ключевые слова:** контрафакт, контрафактная продукция, торговый оборот, контрафактность.*

Контрафактная продукция – это такие изделия производства, которые выпускают различные предприятия и организации с нарушением исключительных прав. Номенклатура контрафакта различна, которая включает в себя, одежду различных марок, как правило пользующихся на рынке большим спросом, известную спортивную одежду, фирменную обувь, подакцизные продовольственные товары, такие как – алкоголь и табачные изделия, различные носители информации – диски CD и т. д.

Контрафактную продукцию можно разделить на несколько групп, объединённых родовыми признаками.

К первой группе можно отнести такие изделия и произведения, перемещение которых на таможенную территорию ЕАЭС и их оборот происходит:

– без наличия установленных законодательством разрешения собственников объектов охраны ИС;

- в рамках заключенных юридических договоров с лицами, которые в установленном законе порядке не являются собственниками изделий или произведений;

- в результате действия лиц, не имеющих правомочий от собственника на передачу изделий и произведений третьим лицам;

- на основании действия лиц, ранее имеющих право представлять интересы собственника изделия или продукции, но утратившими право в момент передачи.

Данную группу объединяют косвенные признаки, вытекающие из нарушения предписаний различных отраслей внутреннего законодательства для регулирования торгового оборота.

Ко второй группе можно отнести оборот изделий или произведений с нарушением положений заключенных юридических договоров, или с доказанным превышением правомочий уполномоченных лиц, в частности:

- с нарушением дозволенного способа использования, установленного в рамках конкретного юридического договора (переработка в издательском деле);

- с нарушением срока действия разрешения на использование объектов охраны ИС, установленного заключенным конкретным договором, или оборот изделий или произведений вопреки условиям заключенного юридического договора на территории другого государства;

- выпуск в оборот количества изделий или произведений, превышающий установленную заключенным юридическим договором количество разрешенным экземпляров.

К третьей группе контрафактной продукции можно отнести – изделия или произведения, которые поступают в торговый оборот в соответствии с доказанным фактом недобросовестной конкуренции, например, реализация с незаконным использованием в торговом обороте результатов интеллектуальной деятельности, а также средств индивидуализации предпринимателя и его объектов охраны ИС (например, подделка в издательском деле). Такой контрафакт имеет явные визуальные отличия от оригинала, он может поступать в оборот не от офи-

циального уполномоченного правообладателем лица – эксклюзивного дистрибьютором. Практика уполномочивания только определенных лиц – эксклюзивных дистрибьюторов, позволяет во многом сократить риски появления в торговых сетях контрафактных товаров. Другими случаями подтверждения контрафактной изделий или произведения может служить их более низкая цена реализации в торговом обороте конкретной страны.

Указанные нарушения сводятся к незаконной предпринимательской деятельности, грубого нарушения технических стандартов, а также предписаний таможенного и налогового законодательства, однако перечисленные случаи необходимо доказывать в рамках проведения необходимых следственных и оперативных мероприятий.

Существуют иные классификации контрафакта, например, выделяют товары: двойники и имитаторы.

1. Товары-двойники (родственные, аналогичные, тождественные товары) – то есть это такая продукция, которая по своей природе имеет абсолютное свойство с оригинальной продукцией. Лица, производящие такую продукцию преднамеренно вводят в заблуждение потребителей, применяют сходную тактику распространения товара в торговом обороте на территории конкретного государства, используют те же механизмы менеджмента в торговле, максимально соблюдают визуализированные детали оригинала и их название.

2. Товары-имитаторы – то есть, это такая продукция, которая при пристальном рассмотрении имеет только лишь частичное сходство с оригинальной продукцией, таким образом, используется такой метод, как смешивание признаков, часть от оригинала, часть – нет. В результате чего, у конечного потребителя возникает ассоциативное восприятие такой продукции с оригинальной. При этом, такое сходство может быть различных видов, например:

- а) дизайнерское сходство – по цвету, упаковке, форме и т. д.;
- б) схожие название (наименование) – происходит замена одной буквы, схожей по написанию, разделение названия оригинала на два слова или наоборот

объединение наименований в одно, также встречается добавление букв или слов к оригинальному названию;

в) сходство в контексте – смысловое или ассоциативное сходство с оригинальной продукцией в рамках конкретной сюжетной линии.

У других товаров, признаки контрафактной могут быть иными, таким образом, признаки контрафактности в каждом конкретном случае зависят от вида товара, перемещаемого через таможенную границу ЕАЭС.

Так, к основополагающим признакам контрафактного алкоголя могут быть отнесены следующие признаки:

- отсутствие сведений об официальном импортере продукции на территорию страны, а также необходимых сведений на языке страны-реализации – эти признаки однозначно свидетельствуют о контрафактности продукции и его незаконном нелегальном обороте;

- отсутствие установленной обязательной маркировке продукции, в частности, даты розлива, номера лота, или их нечеткое изображение, указывает на причастность продукции к контрафакту;

- некачественное исполнение и нанесение необходимых идентификационных надписей, маркировок на элитную алкогольную продукцию, свидетельствует о ее контрафактности, так как элитный алкоголь, его маркировка и упаковка должна соответствовать высочайшим мировым стандартам;

- не допускается в торговый оборот на территории РФ и ЕАЭС продукция, маркированная и предназначенная исключительно для реализации в магазине беспошлинной торговли, что однозначно свидетельствует о нарушении таможенного законодательства;

- наличие признаков смешения реализуемой и оригинальной продукции, в части использования графических символов, словесных обозначений, или их комбинация, свидетельствует, что данная алкогольная продукция с такими маркировочными обозначениями является контрафактной.

Доля распространения контрафактных товаров в группе продовольственных и непродовольственных товаров, содержащих объекты ИС, непосредственно

связана с конкретной товарной категорией, и ее можно условно разделить на четыре группы в зависимости от области применения товара:

1. Область наибольшего распространения контрафактной продукции в группе непродовольственных товаров – 70–80% (CD, DVD-продукция).

2. Область массового распространения контрафактной продукции в группе продовольственных товаров – 30–40% (одежда и обувь, алкогольная продукция).

3. Область специального распространения контрафактной продукции в группе непродовольственных товаров – 10–15% (парфюмерия, медикаменты и лекарственные средства).

4. Область узкого распространения контрафактной продукции в группе непродовольственных товаров и продовольственных товаров – 1–2% (чай, кофе, бритвенные лезвия и др.).

Список литературы

1. Еськова С.П. Контрафактная и фальсифицированная продукция: понятия, сущность, отличительные особенности / С.П. Еськова, В.В. Коварда // Молодой ученый. – 2016. – №20. – С. 306–308.