

БЕНЗИНОВЫЕ БЛИЗНЕЦЫ

Крупные нефтяные компании, имеющие свои сети АЗС, все чаще сталкиваются с желающими незаконно использовать их бренды для привлечения клиентов. Несмотря на то что ФАС борется с недобросовестной конкуренцией, а компании отсуживают у нарушителей существенные средства, проблема остается острой. При этом основной потерей для крупных НК становятся не деньги, а нанесенный некачественным бензином «двойников» ущерб репутации.

Ольга Мордюшенко

За последний год одна из крупнейших российских нефтекомпаний — ЛУКОЙЛ — не раз сталкивалась с попытками незаконно использовать ее бренд на чужих АЗС. Как сообщили в НК, она получила сообщения о 140 случаях нарушения своих исключительных прав на товарные знаки. И если 20 из них не показались компании опасными как не вводящие потребителей в заблуждение и не несущие репутационных и прочих рисков, то в остальных ситуациях ей пришлось отстаивать свои права. ЛУКОЙЛ направил около 70 претензий с требованиями удалить товарные знаки и обозначения, сходные с принадлежащими ЛУКОЙЛу до степени смешения, на 115 объектах. Суды рассматривают также 14 исков компании с требованиями прекратить использовать ее бренд, еще три заявления о нарушении ФЗ «О защите конкуренции» рассматривают региональные управления ФАС. В 52 случаях ЛУКОЙЛ уже смог остановить нарушения. «Большинство из них прекращены в добровольном порядке после проведения претензионной и разъяснительной работы. Продолжается работа по остальным фактам нарушений исключительных прав компании», — отметили в ЛУКОЙЛе. Как правило, крупным нефтекомпаниям не составляет труда доказать нарушение и получить компенсацию от владельца АЗС-«двойника». Владелец оригинального бренда может по своему выбору требовать с нарушителя или возмещения убытков, или выплаты компенсации. Сумма может составлять от 10 тыс. руб. до 5 млн руб. — по усмотрению суда. Во втором случае компенсация может рассчитываться в двукратном размере стоимости товаров, на которых незаконно размещен товарный знак, или в двукратном размере стоимости права использования товарного знака, определяемой исходя из цены, которая при сравнимых обстоятельствах обычно взимается за правомерное использование товарного знака.

Как показывает практика рассмотрения таких дел арбитражными судами, размер компенсации, установленный по усмотрению суда, оказывается незначительным. Как отмечают в ЛУКОЙЛе, применение двукратного размера стоимости права использования товарного знака является предпочтительным, тем более что в подтверждение и обоснование такой компенсации можно представить договор коммерческой концессии компании с орга-



В последние годы растет количество случаев недобросовестной конкуренции, связанных с незаконным использованием крупных брендов на АЗС

низацией группы «ЛУКОЙЛ», которая занимается реализацией нефтепродуктов на АЗС в том субъекте РФ, в котором происходит нарушение. Исковое заявление о прекращении нарушения прав на товарные знаки подается в арбитражный суд по месту нахождения ответчика. ЛУКОЙЛ — не единственная компания, столкнувшаяся с проблемой использования ее бренда. «На

протяжении последних лет мы наблюдаем увеличение количества случаев недобросовестной конкуренции, связанной с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности, включая рост числа автозаправочных станций, копирующих оформление АЗС сети „Газпром нефть“, — отмечают в пресс-службе „Газпром нефти“. Как правило, говорят там, в «поддел-

ках» используются слова «Газпром нефть» и «Газпром», похожие элементы оформления и сочетание белого и синего цветов. По статистике компании, по России и в СНГ число случаев, когда обнаруживается такая имитация, увеличилось с 2011 года с 3 до 37. В компании отмечают, что «Газпром нефть» регулярно и целенаправленно инвестирует в развитие

ОБЛАДАТЕЛЬ ОРИГИНАЛЬНОГО БРЕНДА МОЖЕТ ТРЕБОВАТЬ С НАРУШИТЕЛЯ ПО СВОЕМУ ВЫБОРУ ИЛИ ВОЗМЕЩЕНИЯ УБЫТКОВ, ИЛИ ВЫПЛАТЫ КОМПЕНСАЦИИ. СУММА МОЖЕТ СОСТАВЛЯТЬ ОТ 10 ТЫС. РУБ. ДО 5 МЛН РУБ. ПО УСМОТРЕНИЮ СУДА.



ПРОБЛЕМА