

Законодательство Чемпионата мира 2018: специальные ограничения в сфере интеллектуальной собственности и рекламы в 2017-2018 гг.

Евгений Орешин, Руководитель группы, Практика по разрешению споров

Ирина Шурмина, Юрист, LL.M, Практика IP/Digital

22 июня 2017 года



Кубок Конфедераций 2017, Чемпионат Мира 2018

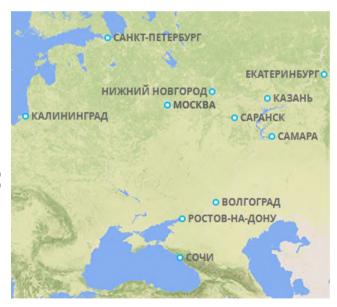
1) КУБОК КОНФЕДЕРАЦИЙ 2017

- **период:** 7 июня 2 июля 2017
- **4 города / 4 стадиона**: Москва (стадион «Спартак»), Санкт-Петербург, Казань, Сочи

2) ЧЕМПИОНАТ МИРА 2018

- период: 14 июня 15 июля 2018;
- 11 городов / 12 стадионов (в Москве:

«Лужники», «Спартак»)





Законодательство

Специальные акты по FIFA

- Федеральный закон «О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации» (Закон FIFA)
- Указы Президента, Постановления Правительства и акты иных органов во исполнение Закона FIFA
- Руководства FIFA
- Соответствующая судебная практика по Олимпийским играм в Сочи (для общих рекомендаций)

Основные ограничения

- 1) Запрет на размещение рекламы в местах проведения мероприятий ФИФА, в 2-х километрах вокруг стадионов, вдоль протокольных маршрутов* (без согласования с ФИФА)
- 2) Паразитический маркетинг запрещено «создание ложного представления о причастности в ФИФА или мероприятиям», в том числе при проведении массовых мероприятий и использовании входных билетов для маркетинговой деятельности



- 3) Запрет на торговлю в местах проведения соревнований и в 2-х км вокруг них (в дни матчей, без согласования с ФИС
- Использование символики ФИФА
- 5) Организация публичного просмотра ("public viewing")

^{*}Маршруты, которые связывают объекты инфраструктуры – определяются FIFA и Правительством



Паразитический маркетинг: Bavaria Brewery



2010 Чемпионат Мира по футболу FIFA, ЮАР

НАРУШЕНИЕ



Нарушения нет: Pepsi – Oh Africa (2010 World Cup, ЮАР)



Page 6 © Goltsblat BLP

Товарные знаки FIFA

FIFA FAN FEST

Kazan 2018

Kaliningrad 2018

ДУША



DUSHA

RUSSIA 2018

Saint Petersburg 2018

Чемпионат мира по футболу FIFA

Sochi 2018

Volgograd 2018



Россия 2018

WORLD CUP 2018



Moscow 2018

Page 7 © Goltsblat BLP

Rostov-on-Don 2018





Практика ФИФА

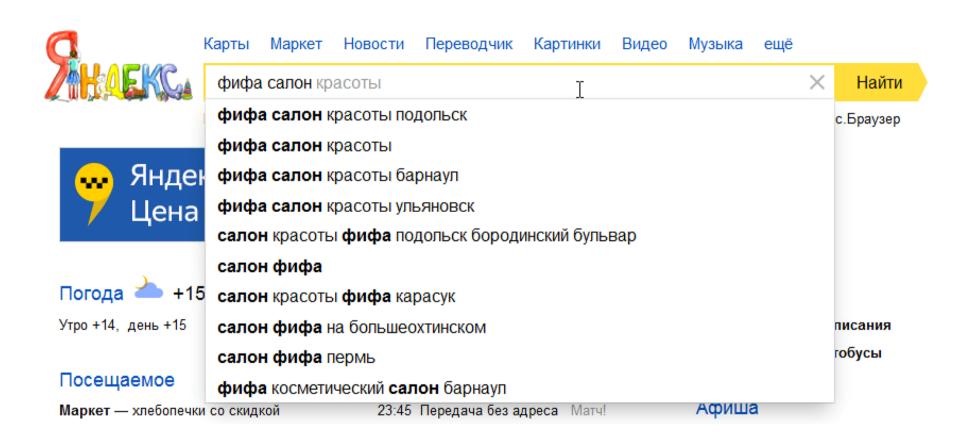








Фирменные наименования под угрозой?



Дело General Motors – «Olympic White»

- > Не было выгоды от нематериального актива;
- Не было недобросовестности;
- > Официальный спонсор поддержал ответчика.

НО: ФАС подтвердил, что нарушение есть



- Решение ФАС России от 08.09.2011 г. по делу № 1 14/51-11
- Постановление ФАС МО от 10.09.2012 г. по делу № A40-105222/11-144-932



Как можно?





Руководство FIFA по использованию официальной символики FIFA



Публичный просмотр ('Public viewing')







Публичный просмотр ('Public viewing')

1. Коммерческий публичный просмотр

(Commercial public viewing event):

- взимается прямой или косвенный сбор за вход,
- размещается реклама спонсоров или
- <u>извлекается прибыль</u> в связи с проведением публичного просмотра.

2. Некоммерческий публичный просмотр

(Non-commercial public viewing event):

организатор не получает прибыли

3. Специальный некоммерческий публичный просмотр

(Special non-commercial public viewing event):

 некоммерческий публичный просмотр с количеством зрителей более 5000 человек

Организация публичного просмотра

Только для коммерческого публичного просмотра:

- Получение лицензии FIFA на публичный просмотр
- Оплата соответствующего взноса
- Получение лицензии от официального ТВ-транслятора
- Согласование с FIFA всех аспектов проведения публичного просмотра еда, напитки, услуги третьих лиц и пр. (+ для специального некоммерческого публичного просмотра)

! По общему правилу получение указанных лицензий и согласований для трансляции в кафе, баре и т.п. не требуется

ВАЖНО!

- ❖ Не допускается использование символики FIFA
- ❖ Не допускается реклама/привлечение конкурентов официальных спонсоров



FIFA v. Eastwood Tavern



Каких ограничений нет?

1) ПАРАЛЛЕЛЬНЫЙ ИМПОРТ

• Закон FIFA содержит общий запрет

«Не допускаются производство, продажа, распространение, <u>ввоз в Российскую</u> <u>Федерацию</u>, вывоз из Российской Федерации <u>товаров, содержащих символику</u> <u>чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года</u>, Кубка конфедераций FIFA 2017 года, использование этих товаров иными способами в целях извлечения прибыли или других материальных благ без заключения соответствующего договора с FIFA или уполномоченными организациями FIFA» (п. 4 ст. 19)

• применяется общее законодательство: параллельный импорт запрещен; выпуск оригинальных товаров может быть задержан на границе таможенными органами до 10-20 рабочих дней (ст. 331 ТК РФ); предъявление гражданских исков

2) НАРУШЕНИЯ В ИНТЕРНЕТЕ

применяется общее законодательство

п. 2 ч. 5 ст. 15.1. Закона об информации, который позволяет блокировать информацию через Роскомнадзор:

«Основаниями для [блокировки], являются: ... 2) <u>вступившее в законную силу решение суда</u> о признании информации, распространяемой посредством сети "Интернет", информацией, распространение которой в Российской Федерации запрещено».



Спасибо за внимание!

Сведения о докладчике



- Руководитель группы, Практика по разрешению споров;
- Адвокат, кандидат юридических наук;
- Евгений специализируется на коммерческих спорах, в том числе на защите интеллектуальной собственности и нематериальных активов компаний

Примеры успешных проектов Евгения:

- Представление интересов **Международной федерации производителей фонограмм (International Federation of Phonographic Industry, IFPI)** от имени трех крупнейших звукозаписывающих компаний: Sony Music Russia, Universal Music Russia and Warner Music UK, в деле против администратора социальной сети ВКонтакте о защите смежных прав на фонограммы. По результатам рассмотрения дела суд первой инстанции вынес уникальное для российской судебной практики решение и **обязал ВКонтакте использовать фильтрующую программу (технологию цифрового отпечатка)**, не допускающую загрузку нелегальных фонограмм на сайт. В дальнейшем все три истца заключили с ответчиком мировое соглашение.
- Успешная защита учредителя российского журнала «FORBES» (Axel Springer Russia) в деле, в рамках которого недобросовестный контрагент при публикации рекламы в журнале «FORBES» пытался осуществить информационную провокацию и представить действия журнала «FORBES» как пример коррупции в СМИ.
- Защита интересов ЗАО «Фарм-Синтез» в судебном споре с международной фармацевтической компанией «Новартис АГ» по вопросу о возможности государственной регистрации лекарственного средства до истечения срока действия патента на элемент лекарственного средства, в результате на уровне Высшего Арбитражного Суда РФ было принято решение в пользу клиента, ставшее прецедентным на рынке лекарственных средств.

Сведения о докладчике: Ирина Шурмина



- Юрист, Практика по интеллектуальной собственности Гольцблат БЛП;
- LL.M in IP and Competition Law (MIPLC, Germany)
- Ирина специализируется на праве интеллектуальной собственности, законодательстве о персональных данных, недобросовестной конкуренции и правовом регулировании рекламы.

Примеры проектов, реализованных при участии Ирины:

- Представление интересов трех ведущих звукозаписывающих компаний **Sony Music Russia, Universal Music Russia и Warner Music UK** в деле против социальной сети **«ВКонтакте»** по искам о защите смежных прав на фонограммы;
- Представление интересов **крупной фармацевтической компании** в ФАС России в споре о незаконной **суррогатной рекламе** рецептурного лекарственного средства через рекламу биологически активных добавок;
- Правовая поддержка рекламных кампаний Mars, Royal Canin, Reckitt Benckiser LLC, Nissan, TEVA, SANOFI AVENTIS, в том числе согласование рекламных материалов, составление документации о проведении рекламных акций и пр.;
- Представительство интересов **SICK AG** в споре, связанном с созданием параллельного идентичного бизнеса бывшим сотрудником компании и, среди прочего, незаконным использованием основного товарного знака клиента в сети Интернет;
- Успешная защита интересов **ООО** «**Юнилевер Русь**» в судах трех инстанций в споре по иску конкурента о признании некорректным сравнением слогана «Knorr. Настоящий вкус. Никакой магии», использованного в рекламном видеоролике, распространенном на основных российских телеканалах.

Контактная информация

Комплекс «Город столиц» в ММДЦ «Москва-Сити» Пресненская наб., д. 8, стр. 1 Москва, 123100, Россия

Тел.: +7 495 287 44 44

Факс: +7 495 287 44 45

Email: Evgeny.Oreshin@gblplaw.com

Irina.Shurmina@gblplaw.com

www.gblplaw.com



