

ФАС: механизмы борьбы с контрафактом могут быть распространены на страны СНГ

18 апреля 2024, 14:15

Такое предложение представители службы озвучили в ходе международного круглого стола «Антимонопольное регулирование в условиях цифровой экономики» в г. Казани

В рамках круглого стола состоялось заседание Штаба по совместным расследованиям нарушений антимонопольного законодательства государств – участников СНГ. Заместитель руководителя ФАС России Андрей Цыганов в своем выступлении отметил, что ФАС России совместно с Объединением корпоративных юристов разработала документ, обобщающий список добросовестных практик взаимодействия маркетплейсов с правообладателями и продавцами. Этот документ направлен на повышение эффективности борьбы с контрафактом и защиту интеллектуальных прав.

Начальник управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Татьяна Никитина рассказала об опыте применения подобного документа. Она подчеркнула, что разработанный механизм создает единые правила и объединяет усилия участников рынка по пресечению реализации контрафакта в электронной торговле. Также он существенно сокращает сроки блокировки товара или самого продавца в случае неоднократных нарушений.

За первые 6 месяцев к этому документу присоединились 4 маркетплейса и 20 правообладателей. Список практик продолжает дорабатываться и актуализироваться, служба планирует упростить требования к подаче жалоб, организовать обмен данными между маркетплейсами и создать «белую книгу» оптимальных практик взаимодействия маркетплейсов с правообладателями и продавцами.

Представители крупнейших маркетплейсов рассказали, что на протяжении двух лет совместно с ФАС России собирали и анализировали лучшие практики борьбы с контрафактом – это помогло сделать процедуру исключения из продажи контрафактного товара максимально удобной и эффективной.

К примеру, за первые полгода действия документа Яндекс по поступившим жалобам заблокировал 35 тысяч товаров, а за I квартал 2024 года на площадку поступило порядка 3 тысяч жалоб от правообладателей. Таким образом, реализация механизма способствует очищению рынка онлайн-торговли от контрафактных товаров и снижению количества жалоб.

Также представители крупнейших маркетплейсов сообщили, что уделяют большое внимание репутационному фактору. Как объяснили предприниматели, свою деятельность они осуществляют в условиях высокой конкуренции - поставщики товаров и покупатели могут переключиться на другую онлайн-площадку. Поэтому представители маркетплейсов заинтересованы в создании четких и прозрачных условий для покупателей и развитии механизма саморегулирования.

Представители ФАС России предложили распространить механизм борьбы с контрафактом на пространство других стран СНГ и разработать проект соответствующего документа. Предложение было поддержано представителями зарубежных конкурентных ведомств и отраслевых объединений.