



ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО MGAP.

ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО ФУТБОЛУ FIFA 2018 И РЕКЛАМНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ

Любое крупное спортивное событие – это всегда хорошая возможность для рекламной активности.

Безусловно, в преддверии Чемпионата мира по футболу 2018, финальная часть которого пройдет в России, юридические аспекты рекламы, связанной с этим мероприятием, становятся более чем актуальными.

Поэтому локальное законодательство в этой части приводится в соответствие с требованиями FIFA, что является важным требованием при проведении событий FIFA на территории страны, принимающей Чемпионат.

Такие требования базируются на двух аспектах:

- Защита интеллектуальной собственности FIFA;
- Защита конкурентных преимуществ официальных партнёров FIFA.

Символика FIFA и кубка конфедерации

Символика чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года включает, в частности:

- Флаг, логотип, гимн и девиз FIFA;
- Зарегистрированные в качестве товарных знаков логотипы и эмблемы мероприятий с использованием словосочетаний "Футбол ради надежды" и "Зеленый гол" или без использования таких словосочетаний, иные охраняемые на территории РФ товарные знаки FIFA;
- Талисманы спортивных соревнований, эмблемы, плакаты, опознавательная символика, а также целый ряд других наименований, обозначений и объектов.

Легальное использование символики FIFA и кубка конфедерации

Символика чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 может быть использована исключительно на основании **прошедшего государственную регистрацию** договора с FIFA или с уполномоченными организациями (для территории России такой организацией является АНО «Оргкомитет «Россия - 2018»).

Название компаний и бренды, содержащие символику, сходную с FIFA / кубком конфедерации

Действие исключительных прав на средства индивидуализации юридических лиц (за исключением

самой FIFA), содержащие символику спортивных соревнований, исключительные права на которую принадлежат FIFA, приостанавливается с 11 июня 2013 года до 31 декабря 2018 года.

Таким образом, FIFA вправе потребовать от компании, чье название или бренд тождественны или сходны до степени смешения с символикой Чемпионата мира и Кубка конфедераций, приостановить на период до 31 декабря 2018 использование такого названия / бренда.

Неофициальный маркетинг

Одной из наиболее актуальных и распространенных маркетинговых технологий остается технология партизанского маркетинга (Ambush Marketing), которая заключается в намеренной ассоциации своего бренда с каким-либо другим значимым брендом или крупным событием в отсутствие реальных связей с этим брендом / событием.

Антимонопольные риски

Подобные действия толкуются законодательством как **направленные на введение в заблуждение** и могут быть признаны **недобросовестной конкуренцией** и повлечь за собой наступление административной ответственности в виде штрафа в размере от 12 000 рублей до 20 000 рублей для должностных лиц и от 100 000 рублей до 500 000 рублей для юридических лиц.

Одним из ярких примеров недобросовестной конкуренции может служить дело против ООО «ЛВЗ «Саранский», которое было возбуждено антимонопольным органом по заявлению FIFA. Так, выпускаемая ликёроводочным заводом водка «Саранск экспорт» имела на маркировке обозначение, сходное до степени смешения с товарным знаком «FIFA World Cup». Данные действия были признаны актом недобросовестной конкуренции.

Нарушение авторского права

Несанкционированное использование символики FIFA является нарушением авторского права FIFA на такую символику.

В зависимости от характера нарушения такое использование может повлечь гражданско-правовую ответственность (в том числе в виде взыскания убытков или компенсации), административную или уголовную ответственность.

Реклама алкоголя

В период проведения официальных спортивных мероприятий допускаются размещение и распространение рекламы алкогольных напитков, а также пива и напитков, изготавливаемых на его основе.

Такая реклама допускается только в виде **словесных** обозначений, содержащих исключительно наименования продукции и её производителя.

Размещение такой рекламы допускается исключительно на территории стадионов, где проводятся спортивные мероприятия, а также в пределах 100 м от таких мест.

Наружная реклама

Одним из главных требований размещения рекламы во время Чемпионата мира по футболу является **отсутствие наружной рекламы на территории** двух километров от футбольных стадионов, а также ста метров от фан-зоны **за месяц** до начала турнира. Ответственность за нарушение данных требований устанавливается самостоятельно каждым городом проведения Чемпионата мира.

За более подробной информацией можно обратиться:



Юрий Корчуганов

Партнёр, руководитель практики TMT

Yuriy.Korchuganov@mgap.ru