

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ

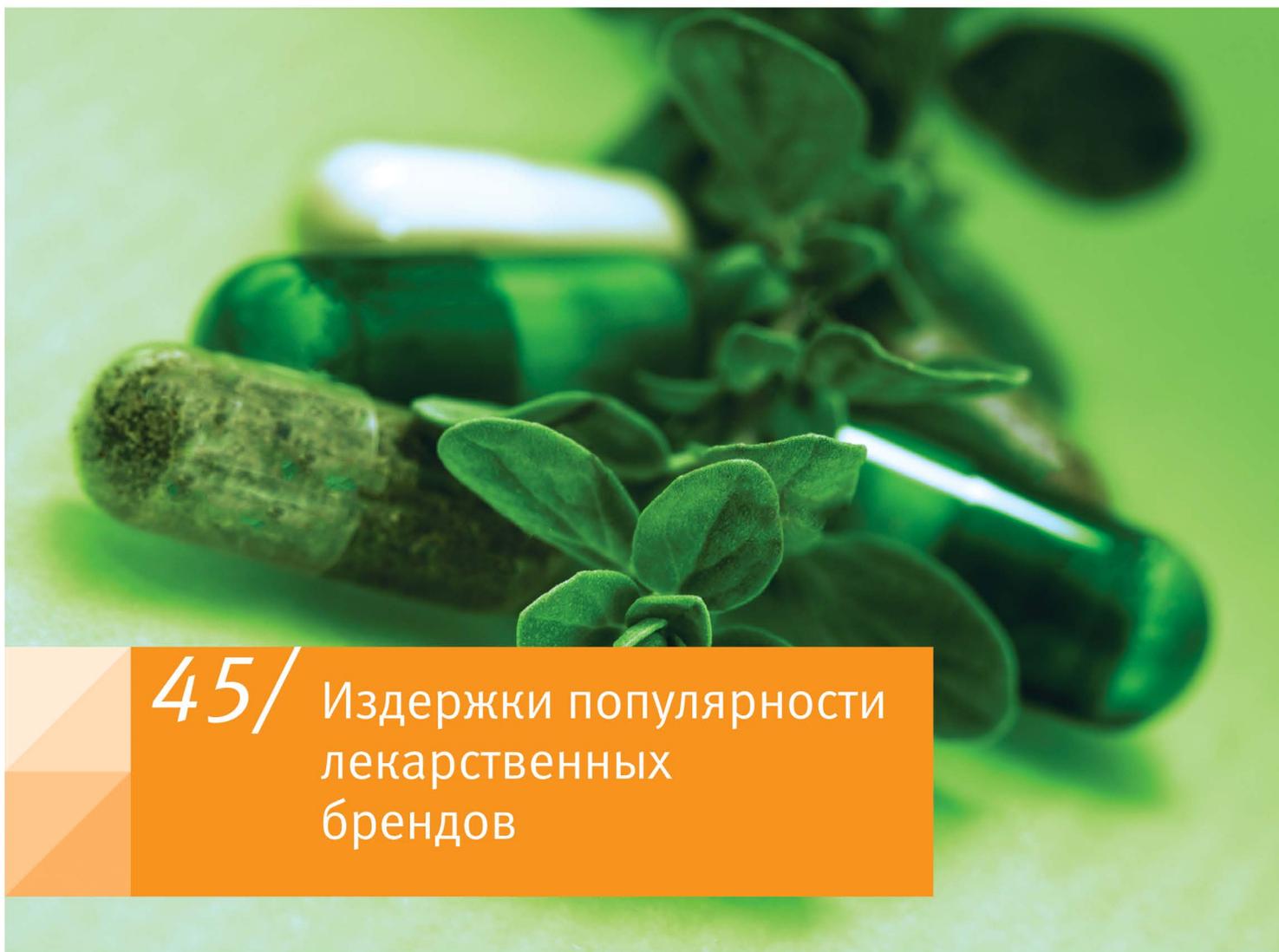


ПРОМЫШЛЕННАЯ СОБСТВЕННОСТЬ

«ИС» выходит с 1957 года (до 1992 г. – под названием «Вопросы изобретательства»)

№ 1

2013 январь



45/ Издержки популярности
лекарственных
брендов

12/ Легализация параллельного
импорта в России

53/ Формирование концепции
открытых инноваций

34/ Охрана ИС: экспорт продукции
военного назначения

69/ Международный семинар
«IP POLICY-2012»

А также / Участвуйте в опросах и дискуссиях журналов «Интеллектуальная собственность»,
получайте призы, подписку, рекламу вашей организации!

«ИС» выходит с 1957 года (до 1992 г. – под названием «Вопросы изобретательства»). Периодичность – 12 выпусков в год.



Главный редактор – Н.Б. ТЕРЕНТЬЕВА
E-mail: pravo@superpressa.ru

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Б.П. Симонов

(д-р техн. наук) – руководитель Федеральной службы по интеллектуальной собственности (Роспатент)

А.Н. Григорьев

(канд. юрид. наук) – президент Евразийского патентного ведомства

А.Д. Корчагин

начальник Центра инновационного развития – филиал ОАО «РЖД»

А.Б. Кашеваров

(канд. экон. наук) – заместитель руководителя Федеральной антимонопольной службы (ФАС России)

А.В. Наумов

член Совета при Председателе Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации по вопросам интеллектуальной собственности

Б.Б. Леонтьев

(д-р экон. наук) – генеральный директор Федерального института сертификации и оценки интеллектуальной собственности и бизнеса

В.О. Калятин

(канд. юрид. наук) – ведущий юрист по интеллектуальной собственности, старший инвестиционный юрист ОАО «РОСНАНО», доцент Российской школы частного права, доцент МФТИ

Е.Б. Балашов

(канд. юрид. наук) – председатель совета директоров ОАО «Институт пластмасс»

Ю.Ю. Манелис

председатель Центрального совета ВОИР, действительный член Международной академии авторов научных открытий и изобретений

Ю.П. Фомичев

(канд. техн. наук) – заместитель директора ЗАО «Научно-инженерный центр «СИНАПС»

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ

ПРОМЫШЛЕННАЯ СОБСТВЕННОСТЬ

№ 1 / 2013 январь

Журнал зарегистрирован Министерством РФ по делам печати, телерадиовещания и средств массовых коммуникаций. Регистрационный ПИ № 77-15023. Учредитель – ООО «Издательский Дом «ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНАЯ СОБСТВЕННОСТЬ»

УВАЖАЕМЫЕ ЧИТАТЕЛИ!

Решением Высшей аттестационной комиссии Министерства образования и науки РФ журналы «Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность» и «Интеллектуальная собственность. Авторское право и смежные права» включены в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание ученых степеней доктора и кандидата наук (редакция: июнь 2011 г.)

ОБЪЕДИНЕННАЯ РЕДАКЦИЯ:

Д.С. Льянова

(канд. экон. наук) – генеральный директор

О.А. Флягина

ведущий редактор

Е.В. Костромцова

компьютерная верстка

С.Н. Бывших

корректор



ПОЧТОВЫЙ АДРЕС:

115035, г. Москва, а/я 66

АДРЕС РЕДАКЦИИ:

г. Москва, Раушская наб., 4, офис 416

Тел./факс: +7 (495) 959-33-24

Факс: +7 (499) 230-18-05

E-mail: pravo@superpressa.ru

www.superpressa.ru

Издержки популярности лекарственных брендов

И. Кириченко,

патентный поверенный Украины,
юридическая фирма «Ильяшев и Партнеры»,
юрист
(г. Киев)



Статья посвящена особенностям товарных знаков 05 класса МКТУ – названий лекарственных средств, требованиям к их составлению и использованию. Удачное торговое название не только способствует популярности соответствующего лекарственного препарата, но и становится предметом подражания дженерических компаний, а также «героем» судебных споров. В статье приведены примеры правоприменительной практики украинских хозяйственных и административных судов по защите прав на общеизвестные товарные знаки – названия ЛС.

Ключевые слова:

товарный знак, лекарственное средство, фармакотерапевтический эффект, международное непатентованное название, дженерик, эксклюзивность данных, правоприменительная практика.

The article focuses on the specifics of Class 5 of the Nice Classification (ICGS) – the names of medical drugs and the requirement for creating and using these names. A successful trademark makes a medical drug popular but it also encourages generic drugs producers to imitate the product and causes court disputes. The author provides examples from Ukrainian arbitrage court cases related to protection of rights to commonly known trademarks of medical drugs.

Keywords:

trademark, medical drug, therapeutic effect, a global non-patented name, a generic, the exclusive nature of data, court policy.

Одними из основных свойств таких товаров 05 класса Международной классификации товаров и услуг (далее – МКТУ), как лекарственные средства (далее – ЛС), являются их побочные эффекты. Это, как правило, негативные реакции организма человека на их применение помимо ожидаемого фармакотерапевтического эффекта, которых, увы, невозможно избежать, а можно лишь минимизировать. Именно из оценки соотношения риск/польза исходят органы здравоохранения всех стран, давая разрешение на маркетинг нового ЛС. Поэтому лекарственные препараты – уникальный вид товаров, выбор которого мы совершаем, руководствуясь не собственными вкусовыми пристрастиями, а назначением (рекомендацией) специалиста.

Блокбастер – не только кинематографический термин. В фармацевтической отрасли блокбастером принято называть патентованный препарат под брендовым названием, годовой объем продаж которого превышает \$1 млрд в течение 15 лет

Впрочем, иногда риск бывает заметнее пользы, в результате чего лекарство используется не по прямому назначению. И это свойственно отнюдь не только наркотическим средствам: классический пример – «Виагра» – препарат на основе химического вещества силденафила, которое изначально предназначалось для улучшения кровотока в миокарде, лечения стенокардии и ишемической болезни сердца. Однако в 1992 г. компанией «Пфайзер» было выявлено, что он обладает выраженным влиянием на кровотоки в области органов малого таза. Интересно, что этот побочный эффект замечали и наши врачи-клиницисты, но как-то не догадались его использовать по новому назначению и уж тем более запатентовать. Сегодня «Виагра» – всемирно известный лекарственный бренд – удачное коммерческое название одного из препаратов для лечения эректильных дисфункций. Не самый эффективный, но самый

популярный, в достаточной мере благодаря своему названию, просто обреченному на успех ввиду высокой ассоциативности и звучности.

Однако успех тоже имеет свои побочные эффекты.

Лекарственные бренды: побочные эффекты популярности

Блокбастер – не только кинематографический термин. В фармацевтической отрасли блокбастером принято называть патентованный препарат под брендовым названием, годовой объем продаж которого превышает \$1 млрд в течение 15 лет. Это позволяет фармацевтическим компаниям-производителям не только вернуть R&D-инвестиции¹ на их разработку, но и получить прибыль, необходимую для новых инноваций. Когда мы покупаем препарат-блокбастер, то уверены в том, что его цена обусловлена совокупностью свойств и качеств, подтвержденной исследованиями, и это в свою очередь дает нам гарантию безопасности его применения.

Интересно, что этимология этого слова (от английского block – квартал, bust – разрушать) восходит к авиационной терминологии времен Второй мировой войны, когда это слово означало сверхмощную бомбу для разрушения кварталов и целых городов.

Точно так же ЛС-блокбастеры разрушают причину болезни и/или борются с ее симптомами и последствиями – в качестве примеров можно привести названия препаратов-мегаблокбастеров Lipitor/Липитор/Липримар (аторвастатин), Humira/Хумира (адалимумаб) и Diovan/Диован (вальсартан), среднегодовой объем продаж которых превышает \$5 млрд. В скобках указано международное непатентованное («несобственное») название (далее – МНН) действующего вещества препарата, как правило, новой молекулы, не имеющей аналогов в своей фармгруппе, а перед ним – собственно, бренд – торговое название ЛС, его торговая марка (то же, что торговый знак²; далее – ТМ). И если срок «эксклюзивности данных» регистрационного досье на ЛС и срок

¹ Сокр. от research and development – исследования и разработки.

² В законодательстве Украины эти понятия равнозначны (ст. 420 ГКУ).



© istockphoto.com/stevecoleimages

патентной охраны действующего вещества строго ограничены во времени, то ТМ навсегда остается неотъемлемой характеристикой ЛС, сначала отличая его от всех препаратов на рынке, а затем, после появления соответствующей лекарственной ниши и выхода на рынок ЛС-дженериков (копий), выделяя уже из подобных ему препаратов.

Как правило, производитель сразу же подает оригинальное торговое название лекарственного средства на регистрацию в качестве знака для товаров и услуг. В процессе экспертизы его соответствия условиям предоставления правовой охраны проверяется, не распространяются ли на него основания для отказа, установленные действующим законодательством (ст. 6 Закона Украины «Об охране прав на знаки для товаров и услуг»; далее – Закон о товарных знаках). Они выражены в отрицательной форме и делятся на **абсолютные** и **относительные**. При проверке торговых названий на соответствие критериям охраноспособности *по абсолютным основаниям* рассматриваются их основные характеристики (в частности различительная способность) и семантика, а на соответствие критериям охраноспособ-

ности *по относительным основаниям* учитываются права третьих лиц и прочие «противопоказания».

В квалификационной экспертизе лекарственных обозначений, которые подаются на регистрацию как знаки для товаров и услуг 05 класса МКТУ, следует выделить очень интересный аспект. При рассмотрении таких заявок на предмет охраноспособности обозначений, согласно ч. 2 ст. 6 Закона о товарных знаках, эксперты Укрпатента руководствуются **перечнем МНН** лекарственных средств, которые не могут быть зарегистрированы как знаки для товаров и услуг. Это обусловлено тем, что МНН непосредственно связаны со структурными формулами активных веществ лекарственных средств и являются соответствующими упрощенными заменителями их химических названий. МНН составляются по специальным правилам и присваиваются (регистраруются) Всемирной организацией здравоохранения. Они не могут быть объектами частной собственности.

Однако любое МНН охватывает лишь определенную группу лекарственных средств, содержащих в своем составе соответствующее действующее

вещество. Относительно 05 класса МКТУ его даже нельзя назвать видовым термином, поскольку такими понятиями здесь выступают названия *фармакотерапевтических групп* лекарственных средств, объединяющие препараты одного основного медицинского назначения (например, антибиотики; препараты, оказывающие возбуждающее действие на центральную нервную систему; антидепрессанты; антигистаминные средства и т. п.), и, соответственно, объединяют несколько групп препаратов с разными действующими веществами.

В свою очередь для лечения определенного заболевания используются лекарственные средства разных фармакотерапевтических групп. Поэтому обозначения типа «Антигрипп», «Антипсориаз», «Антиартрит» и им подобные (многие из которых зарегистрированы как товарные знаки) являются родовыми терминами, не способными индивидуализировать конкретный препарат и, соответственно, не могут быть монополизированы одним производителем. Кроме того, такие названия вводят потребителя в заблуждение, поскольку ни один препарат не может быть панацеей от той или иной болезни.

В странах ЕС «*базовым нормативно-правовым документом, регламентирующим требования к экспертизе названий лекарственных средств, является «Руководство по приемлемости новообразованных названий для ЛС, предназначенных для людей и прошедших централизованную процедуру» (“Guideline of the acceptability of invented names for human Medicinal Products through the centralised procedure” – СРМР/328/98, г. 3). В США в соответствии с законодательством функция регистрации и регулирования обращения лекарств возложена на Управление по контролю лекарств и пищевых продуктов (Food and Drug Administration – FDA). Объектами экспертизы являются: торговые названия ЛС, в т. ч. зарегистрированные в качестве товарных знаков; названия фармацевтических субстанций; названия вспомогательных веществ. Базовым правовым документом, регламентирующим требования к экспертизе названий ЛС, в США является Федеральный закон о лекарственных средствах (Federal Food, Drug and Cosmetic Act). Анализ правовой и нормативной*

базы, а также практики экспертизы названий лекарственных средств в ЕС и США позволяет заключить, что и ЕМЕА, и FDA руководствуются одними принципами, которые могут быть сформулированы в виде следующих положений:

– *новообразованное название ЛС не должно содержать информацию, вводящую в заблуждение относительно его состава, терапевтических свойств или использования данного ЛС;*

– *новообразованное название ЛС не должно вызывать при печати, написании от руки или в устной речи путаницы с названием другого существующего ЛС» [1].*

Требования международной практики разработки и согласования названий лекарств положены в основу ведомственных правил рассмотрения проектов торговых названий лекарственных средств, которые подаются на государственную регистрацию на Украине и в других странах СНГ – это общепринятые во всем мире принципы рационального выбора названий лекарств:

– названия лекарств являются частью медицинской терминологии и призваны помогать специалистам (медицинским и фармацевтическим работникам) и потребителям ориентироваться в их составе и действии;

– названия лекарственных препаратов разного состава и действия должны существенно отличаться по написанию и звучанию;

– не допускается использование названий, способных ввести в заблуждение потребителя относительно действительного состава и действия лекарственного препарата.

Именно такие принципы положены в основу Правил рассмотрения проектов торговых названий лекарственных средств, которые подаются на государственную регистрацию (перерегистрацию) на Украине, одобренных Государственным экспертным центром Министерства здравоохранения Украины, которые размещены на его официальном сайте³.

³ http://www.pharma-center.kiev.ua/site/file_uploads/ua/project_doc/pr_nlz.doc.

В Правилах изложены общепринятые во всем мире принципы рационального выбора названий лекарственных средств, цитированные выше, и указано, что «эти принципы, а также основные функции торговых названий лекарств определяют основные требования к их составлению:

– название может происходить от химического состава препарата (состоит из частей химического названия соединения (например, сульфокамфокаин), или объединять химическое название и профиль действия препарата (например, кордиамин: «кор» – сердце, «диамин» – производное от химического названия соединения));

– оригинальное торговое название должно отличаться от названий других отечественных и зарубежных препаратов как по написанию, так и звучанию;

– для препарата-дженерика в качестве торгового названия можно использовать его международное непатентованное название;

– название препарата не должно содержать отдельных букв и цифр, если они не несут смысловой нагрузки и не выполняют различительной функции;

– в названии можно отображать групповые взаимосвязи препаратов путем использования общих групповых слогов – стемов;

– не допускается использовать видовые названия типа «Таблетки от головной боли», «Таблетки от простуды», «Таблетки от кашля», «Мазь от радикулита», «Таблетки от укачивания и тошноты» и другие описательные и общеупотребительные обозначения».

Таким образом, при создании нового лекарственного средства, кроме фундаментальных научных работ и исследований, необходимо еще и творчески подойти к вопросам выбора (создания) названия препарата.

Именно это и было сделано, например, при создании названия медицинского иммунобиологического препарата (далее – МИБП) «Виферон», за-

щита прав на название которого стала предметом судебного спора между его производителем (ООО «Ферон») и украинским дистрибутором, зарегистрировавшим на Украине это название вместе с вариантами его написания на украинском и английском языках на свое имя. В ходе рассмотрения этого дела хозяйственными судами Украины была назначена судебная экспертиза, в результате которой был установлен факт возможности введения в заблуждение потребителя относительно действительного производителя данного ЛС. В процессе экспертизы была исследована этимология слова «виферон» и установлено, что оно является неологизмом (выдуманным словом), простым существительным мужского рода, образованным от корня «ферон» («обезвредить») и префикса «ви» (от «вирус»). Таким образом, его разработчиком было создано новое слово, которое является одновременно фантазийным обозначением и в то же время служит ориентиром для специалистов (врачей и провизоров) относительно назначения препарата (антивирусная активность). Эта комбинация фантазийно-суггестивных свойств обозначения «Виферон» сделала знак заметным,

ВИФЕРОН®
Бережная защита от вирусов

15 лет
клинической
практики

КОМПЛЕКСНЫЙ ИММУНОМОДУЛИРУЮЩИЙ ПРОТИВОВИРУСНЫЙ ПРЕПАРАТ

- Лечение широкого спектра вирусных и вирусно-бактериальных инфекций
- Профилактика осложненного течения заболеваний
- Разрешен к применению с 14-й недели беременности
- Применяется у новорожденных, в том числе недоношенных детей

ферон (499) 153-36-80, (800) 153-55-58
info@viferon.ru, viferon.ru

© ktovmedicine.ru



© istockphoto.com/Nastasic

высокодистинктивным и хорошо запоминающимся специалистами и пациентами. К тому же корень слова «ферон» также является и фирменным названием производителя препарата, что еще более усиливает основное назначение товарного знака: выделение маркированного им товара и опосредованное указание на источник происхождения соответствующего товара 05 класса МКТУ – производителя МИБП ВИФЕРОН (VIFERON/ ВИФЕРОН) – ООО «Ферон».

Высокая различительная способность данного знака не в последней мере помогла его производителю отстоять свое право на знак: произведенные ранее его регистрации на имя других лиц были признаны недействительными.

Правовая платформа для оригинальных лекарств

Изначально украинское специальное законодательство о ЛС не содержало норм о защите прав интеллектуальной собственности при регистрации ЛС. Но шесть лет назад в него были введены нормы

о защите патентных прав – Data Exclusivity («эксклюзивности данных» – период времени от регистрации оригинального препарата, в течение которого не принимаются заявки на регистрацию его копий; далее – ЭД) и защите конфиденциальности информации регистрационного досье на ЛС, что было обусловлено обязательствами Украины ввиду ее вступления в 2008 г. в ВТО. Ныне ведутся дискуссии о завышенности взятых тогда обязательств в отношении соблюдения исключительных прав на инновационные ЛС, в частности, о необходимости отмены 5-летнего срока так называемой ЭД регистрационного досье на оригинальное лекарственное средство с момента его регистрации на Украине.

Новая редакция ст. 9 Закона Украины «О лекарственных средствах» № 3998-VI от 3 ноября 2011 г. вызвала диаметрально противоположную реакцию как у экспертов отрасли, так и юристов, практикующих в сфере фармацевтики. Одни считают, что усиленная защита ЭД оригинальных лекарственных средств может привести к неоправданной монополии фармкомпаний на украинском рынке, другие же, напротив, что теперь этой нормой можно пренебречь вообще.

Так что же изменилось?

Во-первых, с этого момента формально узаконено право заявителя к регистрации препарата-дженерика подавать заявку до окончания 5-летнего срока эксклюзивности данных оригинального/референтного лекарственного средства, зарегистрированного на основании поданной в полном объеме (полной) регистрационной информации, но регистрационное удостоверение ему будет выдано только после завершения этого срока.

Изменения состоят в том, что теперь заявку можно подавать и нужно принимать, а по вопросу правомерности преждевременной выдачи регистрационного удостоверения (если таковая состоится) необходимо обратиться в суд.

Во-вторых, компании-оригинаторы теряют право монопольного срока ЭД, если в течение двух лет после первой регистрации препарата в мире он не будет заявлен к регистрации на Украине. По мнению автора, такое ограничение устраним подозрения в злоупотреблении некоторыми фармпроизводителями своим монопольным правом на рынке Украины, если действительно кто-то захочет впервые ввести на украинский рынок оригинальный препарат, утративший свою новизну в других странах мира.

Тем не менее компания-производитель первого дженерика спустя два года после первой мировой регистрации инновационного препарата сможет получить право эксклюзивности, подав на регистрацию полное регистрационное досье на Украине, если оригинатор не придет на украинский фармрынок. Однако такое развитие событий представляется маловероятным, поскольку единственным поводом для выведения на украинский рынок нового препарата является окупаемость такой «акции». Поэтому ожидать, что дженерические компании, выждав два года, пока оригинатор пропустит свое право «первой украинской ночи», бросятся наперегонки подавать заявки по схеме оригинального препарата (что подразумевает прохождение полного цикла дорогостоящих исследований его свойств), не стоит, поскольку соотношение «цена/результат» явно неадекватно.

Но все законодательные барьеры для досрочного воспроизведения оригинального препарата

преодолимы ввиду приоритетности вопросов снижения стоимости лекарственного обеспечения посредством импортозамещения. Правда, непонятно, какие экономические стимулы останутся у оригинаторов для введения на украинский рынок своих инновационных ЛС.

Пока же действенным способом защиты прав интеллектуальной собственности на тот или иной объект фармрынка является судебный порядок защиты.

Теория успеха и практика правоприменения

Как показала практика фармацевтических компаний «Никомед» (Nucomed Danmark Aps) и «Нижфарм» (STADA CIS), удачная ТМ препарата – лидера своей фармакотерапевтической группы – может стать предметом для «подражания» дженерическими компаниями. Например, название препарата «Хондроксид» ОАО «Нижфарм» (РФ) – лидера группы ЛС-хондропротекторов, который несколько лет на Украине являлся персонажем рекламных роликов на ТВ, стало объектом судебных споров о защите прав компании на свой бренд от несанкционированной имитации.

Так, постановлением Окружного административного суда города Киева от 21 ноября 2011 г. в деле № 2а-8759/11/2670, оставленным без изменений определениями Киевского апелляционного административного суда от 27 февраля 2002 г. и Высшего административного суда Украины от 19 июня 2012 г., был удовлетворен иск ОАО «Нижфарм»: признано противоправным и отменено решение Государственного департамента интеллектуальной собственности № 48589/с от 16 декабря 2009 г. о регистрации знака «Chondrasil; ХОНДРАСИЛ», а само Свидетельство Украины от 10 февраля 2010 г. № 118352 на знак «Chondrasil; ХОНДРАСИЛ» (на латыни и кириллице, комбинированный) признано недействительным.

То, что ТМ Хондроксид® действительно бренд, установлено решением Апелляционной палаты Госслужбы интеллектуальной собственности Украины от 14 ноября 2011 г. (утв. приказом Госдепартамента № 214-Н от 21 ноября 2011 г.), согласно которому знак «ХОНДРОКСИД» стал хорошо известным на Украине для фармацевтических препаратов,

применяемых для лечения опорно-двигательного аппарата еще с января 2007 г.

Факт общеизвестности другого бренда – «CARDIO-MAGNYL/КАРДИОМАГНИЛ/КАРДИОМАГНИЛ» компании Nyscomed Danmark Aps на Украине с 21 июня 2009 г. относительно товаров 05 класса Международной классификации товаров и услуг, а именно «лекарственные (антитромботические) средства», был установлен в судебном порядке в ходе рассмотрения хозяйственным судом дела о защите прав компании «Никомед» на этот знак от его имитаций. Этот факт закреплен решением хозяйственного суда Киевской области от 28 апреля 2011 г., оставленным без изменений постановлениями Киевского апелляционного хозяйственного суда от 19 июля 2011 г. и Высшего хозяйственного суда от 1 ноября 2011 г., которым признаны недействительными свидетельства Украины на знаки для товаров и услуг «Кор-магнил» и «Кормагнил», а также признано недействительным заключение Экспертного центра № 1763/2.7-4 от 29 июня 2010 г. в части рекомендации к государственной регистрации ЛС «Кормагнил-75» и «Кормагнил-150». Данный экспертный центр обязали сделать представление в Минздрав Украины для внесения необходимых изменений в приказ № 596 от 21 июля 2010 г. о регистрации указанных препаратов.

Следует сказать, что этот процесс интересен не только своей спецификой и многоплановостью. Так, первоначально украинский «кардиомагнил» был заявлен к регистрации как ТМ «Магниокардил», а соответствующее ЛС называлось «Магникардил». После подачи иска спорное торговое название «Магникардил» было изменено на «Кормагнил», параллельно по ускоренной процедуре зарегистрированы знаки

«Кормагнил» и «Кор-магнил», соответствующий препарат активно продвигался на рынке как полный аналог «Кардиомагнила», но в три раза дешевле. Однако правообладателем бренда «Кардиомагнил» первоначальный иск был своевременно дополнен требованиями о признании регистраций знаков «Кормагнил» и «Кор-магнил» недействительными и о запрете использования торгового названия ЛС «Кормагнил», что позволило предупредить необратимость осуществления желания конкурентов ассоциироваться с брендом.

Также в деле была проведена комиссионная комплексная экспертиза, в том числе с применением знаний в области медицины и фармакологии, что позволило получить экспертное заключение о смысловом тождестве «вариаций» на тему Кардиомагнила®, а главное – определить, что эта ТМ соответствует всем критериям общеизвестного знака.

Как представляется, результат этого процесса показал, что формат работы под брендом «я такой же, только значительно дешевле» рано или поздно придется изменить, поскольку, сэкономив на рекламе своего продукта, можно попасть на другие незапланированные расходы. (Следует отметить, что производитель по окончании процесса сразу же изменил название своего ЛС до неузнаваемости: «Комби-АСК».)

В свою очередь решения хозяйственных судов Украины по этому делу могут служить образцом объективного, компетентного и обоснованного разрешения таких сложных и специфических споров, как споры по интеллектуальной собственности в фармацевтической сфере, и пополнить мировую правоприменительную практику. ■

ЛИТЕРАТУРА:

1. А.В. Выровщикова, А.Н. Яворский. Выбор и экспертиза названий ЛС. // Фармацевтический вестник. – 2004, № 18 (339) // <http://www.pharmvestnik.ru/archive/270547.html>.