

Ростовский издательский дом одержал победу над транснациональной компанией

Текст: **Дмитрий Ремизов**

История дела такова. В 1996 году в Ростове-на-Дону началось издание журнала «Агробизнес Юга России». В 2000 году выходит журнал «Агробизнес и пищевая промышленность», заработал интернет-сайт «Агробизнес.ру». «ИД Специализированная пресса» также предпринял издание справочника «Агробизнес».

«Агробизнес и пищевая промышленность» распространялся уже не только по Югу России, но и в 44 регионах. Однако в 2003 году в свет выходит еще один журнал — «Агробизнес. Современные стратегии, технологии, менеджмент». Издание было запущено «Юнайтед Пресс» — «дочкой» Independent Media (IM).

Оборот «ИД Специализированная пресса», по собственным данным, упал с 8,4 млн руб. в 2003г. до 4,8 млн руб. в 2006 году.

100% акций издательского дома Independent Media в 2005 году были куплены Sanoma Magazines за \$142 млн. На тот момент издательский дом IM выпускала газеты «Ведомости», The Moscow Times и The St. Petersburg Times и около 30 журналов, в том числе «Агробизнес», Cosmopolitan, Men's Health, National Geographic, Esquire. Новые собственники провели оценку доходности по каждому изданию и некоторые журналы закрыли, но не «Агробизнес». Как посчитали эксперты, это подтверждало успешность стратегии «Юнайтед Пресс» по использованию наименования «Агробизнес». Оборот издания в 2006 году, по приблизительным оценкам, составил около 10 млн рублей.

Стратегия рынка в России по-прежнему оставалась в руках прежнего руководителя IM — Дерка Сауэра, ставшего представителем укрупненной транснациональной компании. Неудивительно, что прежняя политика была продолжена и протесты «ИД Специализированная пресса» против

Ростовский «Издательский дом Специализированная пресса» одержал победу над конкурентом — международной компанией Independent Media Sanoma Magazines (IMSM) — в очередной судебной инстанции.



использования их товарного знака «Агробизнес» также игнорировались, как и раньше.

Примечательно, что в иных случаях руководство Independent Media Sanoma Magazines (когда затрагивались их интересы) не упускало возможности посетовать на несоблюдение авторских прав в России.

Руководство «Издательского дома Специализированная пресса» обратилось в суд с иском о защите прав словесного товарного знака «Агробизнес», зарегистрированного Роспатентом.

В «Юнайтед Пресс» приняли во внимание протесты того, что слово «агробизнес» принадлежит исключительно «ИД Специализированная пресса». Возражения основывались на утвер-

ждении, что «агробизнес» — это общепринятый термин, обозначающий сектор экономики России. Этот термин является переводом английского термина agribusiness, впервые введенного в 1957 году Р. Голдбергом в книге «A concept of Agribusiness» («Концепция агробизнеса»), и получил широкое распространение во всем мире, в том числе на территории СССР, а позднее, Российской Федерации. На этом основании «Юнайтед Пресс» перешла в наступление, обратившись в Роспатент с просьбой об аннулировании товарного знака «Агробизнес».

Однако это утверждение специалистам показалось необоснованным. Как установила коллегия палаты по патентным спорам, сектора российской экономики с названием «агробизнес» в природе не существует и никакими нормативными документами министерств и Госстандартом не утвержден. Вместо него используется словосочетание «сельское хозяйство». Оспариваемый же товарный знак представляет собой сложносоставное заимствованное слово, первая часть которого образована от греческого «agros», имеющего значение «агрономический», и английского слова «business» — «дело».

В начале лета в СМИ проникла информация о том, что Independent Media ведет переговоры о продаже своего «Агробизнеса», а также журнала «Агротехника и технологии». Участники рынка сочли логичной продажу журналов, которые, во-первых, являются непрофильными активами для IM, а во-вторых, стали предметом судебного разбирательства. Некоторые коллеги IM по медиарынку, в частности гендиректор агентства «Медиапарк» Константин Исаков, в интервью журналистам прямо указывали на второе обстоятельство. Во всяком случае, партнеры Independent Media по переговорам (компания Reed Elsevier) не сочли тогда покупку спорного издания удачной для себя операцией и не купили журналы. Представители Independent Media комментировать слухи о возможной продаже изданий отказались.

В августе 2007 года Арбитражный суд Москвы выносит первое решение. Основное требование ростовского издательского дома было удовлетворено.

Суд установил, что обозначение «Агробизнес» в наименовании нового журнала сходно до степени смеше-

ЕСТЬ МНЕНИЕ

ДМИТРИЙ ВОСТРИКОВ, генеральный директор ООО «Издательский дом Специализированная пресса»:

Согласно рейтинговым исследованиям 2002 года, наш журнал был в лидерах, по популярности и широко известен среди рекламодателей.

И вдруг появляется еще один журнал с названием «Агробизнес». Вероятно, издатели перед началом выпуска издания провели добротное маркетинговое исследование и знали — кто есть кто на медиарынке. Этим и объясняется выбор названия.

Неудивительно, что после появления нового издания со схожим названием началась путаница. Дошло до того, что рекламодатели стали присылать нам поздравления с открытием офиса в Москве. То есть принимали новоиспеченный журнал за наш.

ния со словесным товарным знаком истца. Из решения суда: «В названии журнала «Агробизнес. Современные стратегии, технологии, менеджмент» слово «Агробизнес» выполнено крупными буквами и доминирует в названии, поскольку слова «современные стратегии, технологии, менеджмент» выполнены значительно более мелкими буквами, расположенными над словом «Агробизнес» по верхнему краю обложки журнала, и для того чтобы их заметить на обложке журнала, необходимо сосредоточить дополнительное внимание».

Суд обязал «Юнайтед Пресс» прекратить использование обозначения «Агробизнес» в наименовании журнала и на интернет-сайте.

Ответчики с решением суда не согласились и продолжили издание своего «Агробизнеса», обратившись в следующую судебную инстанцию. «Суд первой инстанции часто принимает решение по формальному признаку. В следующих судах мы рассчитываем отстоять свои права», — заявил член совета директоров IMSM Михаил Дубик.

Следует отметить, что представители ростовского издательского дома пытались прекратить издание двойника еще до суда, направляя письма в МВД, прокуратуру, Федеральную антимонопольную службу и другие органы с требованием пресечь выпуск контрафактной продукции. Но все эти органы не решились на собственные действия, а ждали окончательного судебного решения.

В середине ноября 2007 года девятый Арбитражный суд подтвердил решение Арбитражного суда Москвы: «Юнайтед Пресс» запрещено использование чужого товарного знака.

Вынесенное судом решение уникально по своей масштабности: ростовский издательский дом одержал победу ни много ни мало над международной компанией. Свою роль, вероятно, сыграл и тот факт, что дело, в случае иного исхода, могло стать опасным прецедентом. В Роспатенте на различные издательские дома зарегистрированы в качестве товарных знаков наименования СМИ «Экономика и жизнь», «Большой бизнес», «Бизнес», «Промышленность Поволжья», «Мебельный бизнес» и т.д. Если бы правовая защита наименования «Агробизнес» была бы прекращена, то аналогичные коллизии (появление изданий-двойников) ждали бы и издателей этих СМИ. Под риском прекращения правовой охраны оказались бы все товарные знаки, состоящие из слов русского языка. Примечательно, что за «Юнайтед Пресс» тоже зарегистрированы товарные знаки — наименования «Строительный бизнес» и «Продовольственный бизнес».

Таким образом, на сегодняшний день из двух «Агробизнесов» остался один. Гендиректор «ИД Специализированная пресса» Дмитрий Востриков уже строит новые планы по развитию своего дела. Их реализацией станет привлечение новых инвесторов к изданию журнала. ●

Рынок кабельного ТВ: спрос превышает предложение

Ростовская телекоммуникационная компания «ЦТС-Юг» объявила о запуске сетей кабельного телевидения в Аксае и Азове — городах-спутниках Ростова. С этими городами количество населенных пунктов, в которых ЦТС осуществляет кабельное вещание, возрастет до шести.

Кабельное телевидение для Аксаа и Азова не является новинкой — там уже работают операторы. Новизна события заключается в расширении качества услуг, до сих пор предоставлявшихся жителям городов.

В Ростовской области, по последним данным, услуги по трансляции телепрограмм по сетям кабельного телевидения предоставляют около 30 операторов. Кабельные сети проложены в Ростове, Таганроге, Азове, Аксае, Белой Калитве, Волгодонске, Константиновске, Новочеркасске, Каменске-Шахтинском, Зернограде, Зверово, Усть-Донецком и еще нескольких населенных пунктах. Общее число абонентов не берутся называть даже в департаменте по делам печати и радиовещания. Причина в том, что сведения о количестве абонентов компании считают своей коммерческой тайной. Но можно констатировать, что общее число абонентов в четырехмиллионной Ростовской области сравнительно невелико. Количество абонентов ЦТС — самого крупного оператора — более 60 тысяч в Ростове, около 12 тысяч в Ростовской области. Более 34 тысяч — у «ТВ-Майдан», 30 тысяч — у «Комтел-Таганрог». Даже не во всех районах Ростова есть кабельные сети. Отчасти это связано со сложным географическим строением города. Самыми «кабелесмотрящими» микрорайонами считаются Темерник и Северный жилой массив. Среднее количество программ, транслируемых операторами, начинается от 30 и зашкаливает за 100.

ЦТС-ТВ начало вещание в Ростове два года назад — 1 ноября 2005 года. За это время компания купила нескольких операторов, работавших до нее (тогда в городе работало 10 операторов), и быстро вышла в лидеры по числу абонентов. Ближайшими конкурентами в Ростове являются «ТВ-Майдан» и DiSeL-TV (ОАО «ЮТК»).

Стремясь привлечь больше клиентов, операторы кабельного телевидения идут по пути расширения предлагаемых услуг. Так, ЮТК для пользователей DiSeL-TV в Краснодарском крае предложила дополнительный пакет каналов, видео по

запросу, виртуальный кинозал, виртуальный видеоманитофон (PVR), SMS-знакомства.

В городах, куда сейчас идет ЦТС, компания намерена предложить клиентам пакет из 50 каналов. В планах же — развитие кабельного телевидения во всех крупных и средних городах Ростовской области. Называется также Краснодар. Из списка ростовских городов пока «выпадает» лишь Волгодонск из-за его удаленности.

В то же время высказывается мнение, что ЦТС расширило абонентскую базу с целью повысить собственную привлекательность перед будущей продажей. В середине ноября ОАО «Комстар — Объединенные ТелеСистемы» («дочка» АФК «Система») объявило о завершении сделки по приобретению 100% доли участия в ООО «Цифровые телефонные сети Юг» (ЦТС) у владельца — американской компании Hudson Telecom Inc. Сумма сделки составила 4,1 млрд рублей. Обращает на себя внимание тот факт, что в «орбите» АФК «Система» работает «ТВ-Майдан».

Между тем неудовлетворенный спрос на услуги кабельного телевидения приводит к распространению вещателей-«пиратов». Резонанс получил случай, когда в Новочеркасске к условному сроку заключения был приговорен организатор незаконного вещания программ «НТВ-Плюс». По расчетам, ущерб правообладателю в виде упущенной выгоды составил 22 млн рублей. Этот случай стал первым делом о незаконной теле-трансляции на Юге России, доведенным до приговора суда.

По прогнозам экспертов, рынок кабельного ТВ будет расти во всем ЮФО. Рост в 2008 году ожидается на уровне 25—45%. В то же время можно ожидать сокращения числа компаний, предлагающих эту услугу (сегодня кабельное телевидение в ЮФО осуществляют 80 фирм). Связано это с пристальным вниманием к рынку в ЮФО всероссийских холдингов. Крупным холдингам проще купить уже работающие региональные компании вместе с их базой абонентов, нежели создавать новые сети. ●

ЕСТЬ МНЕНИЕ

АРКАДИЙ САМОЙЛОВ, коммерческий директор ЮТК:

Дополнительные сервисы позволят повысить потребительскую ценность DiSeL-TV и подчеркнуть, что это не просто цифровое кабельное телевидение, а комплексная конвергентная услуга, потенциально представляющая широкие возможности для реализации удобных для клиентов сервисов.