РЕШЕНИЕ
по делу № 077/05/5-17446/2019
«03» июля 2020 года г. Москва
Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России, Комиссия) в составе:
председателя Комиссии: <...>ой,
членов Комиссии: <...>ой, <...>ой,
рассмотрев дело № 077/05/5-17446/2019, возбужденное в отношении ООО «ЭКО центр» по признакам нарушения пунктов 7, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении в системе Google AdWords рекламы «ЭКО Нова Клиник: лечение всех видов бесплодия, сайт...», которая содержит не соответствующие действительности сведения о лице, оказывающем услугу, а также об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности,
в присутствии ООО «МедИнСервис» в лице <...> (по доверенности № б/н от 01.10.2018), <...> (по доверенности № б/н от 08.04.2019), ООО «ЭКО центр» в лице <...> (по доверенности № 02-02/20 Ю от 01.06.2020,
в отсутствие Google Ireland Limited,
УСТАНОВИЛА:
Дело № 077/05/5-17446/2019 возбуждено в отношении ООО «ЭКО центр» на основании заявления ООО «МедИнСервис» по факту распространения в системе Google AdWords рекламы «ЭКО Нова Клиник: лечение всех видов бесплодия, сайт...».
При рассмотрении дела представителем ООО «ЭКО центр» было заявлено устное ходатайство о проведении очного заседания Комиссии Управления, поскольку проведение заседания путем видеоконференцсвязи не обеспечивает реализацию права Общества на представление объяснений по существу дела и привлечения технического специалиста ООО «ЭКО центр», который в настоящее время не имеет технической возможности подключиться к участию в видеоконференции.
В свою очередь, Комиссия Управления обращает внимание, что в нарушение пунктов 25, 34 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508 (далее — Правила) заявленное

представителем ООО «ЭКО центр» ходатайство документально не обосновано, какое-либо подтверждение необходимости участия в деле технического специалиста ООО «ЭКО центр» не представлено, равно как и не даны пояснения относительно того, почему указанные действия Общество не предприняло заблаговременно в период, на который рассмотрение дела было отложено.
При этом довод об отсутствии возможности ответить на вопросы Комиссии о технической части распространения рекламы не могут быть приняты комиссией поскольку до заявления ходатайства каких-либо вопросов представителем о технической части распространения рекламы не задавалось.
В свою очередь, лицо не было лишено возможности представить в

антимонопольный орган пояснения в части технических аспектов распространения рассматриваемой рекламы инициативно до рассмотрения дела, в случае, если считало такую информацию существенной для принятия Комиссией решения по делу.
На возможность и доступные способы предоставления информации антимонопольным органом сообщалось в каждом процессуальном документе по делу.
При этом материалами дела подтверждается, что Обществу известно существо рассматриваемого дела, поскольку оно дважды направляло представителя для ознакомления с материалами дела (11.02.2020, 20.03.2020), надлежащим образом получало процессуальные документы Московского УФАС России, в которых также содержалась информация относительно существа вменяемого нарушения.
Также Комиссией Управления установлено, что в процессуальных документах, вынесенных и направленных сторонам в рамках настоящего дела, содержалось указание на возможность предоставления письменных объяснений и дополнительных материалов по существу дела, а равно на способ предоставления таких сведений, одним из которых является электронная форма путем направления писем на электронную почту Московского УФАС России.
Представители заявителя возражали против отложения рассмотрения дела, обосновывая тем, что рассмотрение дела уже идет достаточно долго, неоднократно откладывалось и в настоящий момент объективных причин для не проведения рассмотрения по существу отсутствуют.
В связи с вышеизложенным, Комиссия Управления приходит к выводу об отказе в удовлетворении заявленного ООО «ЭКО центр» ходатайства о проведении очного рассмотрении дела по адресу Московского УФАС России и не находит препятствий для всестороннего, полного и объективного выяснения всех обстоятельств дела при рассмотрении дела по системе видеоконференцсвязи.
Такое рассмотрение дела не нарушает процессуальные права лиц, участвующих в деле, в том числе ООО «ЭКО центр». В частности стороны по делу не лишены возможности представлять документы и сведения, которые, по

их мнению, имеют значение для принятия окончательного решения, давать письменные и устные пояснения, заявлять ходатайства, задавать вопросы, пользоваться иными процессуальными правами.
Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.
ООО «ЭКО центр» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 16.08.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027727002522, ИНН/КПП 7727222665/772701001.
Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.
Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут

быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.
Рассматриваемая реклама распространялась посредством сети Интернет, а равно была доступна неограниченному кругу лиц-потребителей рекламы.
В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.
В соответствии с информацией, представленной заявителем, при клике на спорную рекламу происходил переход на страницу сайта в сети «Интернет» по адресу https://altravita-ivf.ru/stati/kliniki/nova-clinic.html.
Московским УФАС России установлено, что администратором сайта https://altravita-ivf.ru является ООО «ЭКОцентр».
Исходя из содержания вышеуказанной страницы, а также рассматриваемой рекламы, целью ее распространения является привлечение внимания к медицинским услугам ООО «ЭКОцентр».
Таким образом, установлено, что рассматриваемая информация является рекламой, что сторонами по делу не оспаривается.
В соответствии пункта 7 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной
4
признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности и приравненные к ним средства индивидуализации юридического лица, средства индивидуализации товара.
В силу пункта 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.
Согласно представленным документам и сведениям установлено, что обозначения «Nova Clinic» и «NOVA CLINIC центр репродукции и генетики» являются зарегистрированными товарными знаками, принадлежащими ООО «МедИнСервис» по свидетельствам № 519974 и № 711669 соответственно. ООО «МедИнСервис» является медицинской клиникой в том числе в области репродукции и генетики.
Вместе с тем, ООО «МедИнСервис» не является рекламодателем рассматриваемой рекламы и не давало согласия на использование принадлежащих ему товарных знаков в тексте такой рекламы.
На заседании Комиссии представитель ООО «ЭКОцентр» возражал против квалификации рассматриваемой рекламы в качестве нарушения положений законодательства о рекламе, поскольку в тексте рекламы содержалось упоминание «Нова Клиник» на русском языке, что не является дословным воспроизведением товарных знаков, принадлежащих заявителю.
В свою очередь, в рамках производства по настоящему делу Московским УФАС России был направлен запрос информации в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее — Роспатент) с приложение изображения спорной рекламы, в ответ на который представлена Справка по

вопросу, сформулированному в запросе заместителя руководителя УФАС по г. Москве <...>а от 17.01.2020 № ПО/1708/20 (далее — Справка), подготовленная ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» (далее — ФИПС) от 14.02.2020.
Согласно указанной Справке ФИПС в результате проведенного исследования установлено, что представленное обозначение (Нова клиник) является сходным до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам № 519974, № 711669, поскольку ассоциируется с ними в целом в силу фонетического сходства словесных элементов «Нова»/«NOVA».
В свою очередь, представитель ООО «ЭКОцентр» возражал против учета данной Справки при вынесении решения по делу, поскольку данный документ фактически представляет единичную позицию относительно возможного сходства обозначения, использованного в рекламе, с товарными знаками заявителя, и не может являться безусловным доказательством наличия в действиях ООО «ЭКОцентр» нарушения.
Вместе с тем, на вопрос Комиссии Управления, заданный при рассмотрении дела, относительно наличия документально подтвержденного мнения иных лиц, кроме ООО «ЭКОцентр», зафиксированного, например в
5
опросах или иных документах компетентных лиц, Общество затруднилось ответить, пояснив, что к числу таких мнений относится мнение представителя ООО «ЭКОцентр».
Комиссия Управления, принимая Справку в качестве надлежащего доказательства, исходит из того, что она представлена в рамках легитимного Соглашения о взаимодействии антимонопольного органа и органа Роспатента и по существу отражает мнение компетентного органа в сфере интеллектуальной собственности. При этом какие-либо дополнительные доказательства, опровергающие выводы компетентного органа, в материалы дела не представлены. Следовательно основания не доверять выводам Справки Роспатента у Комиссии Управления отсутствуют.
В этой связи, оценивая имеющиеся в материалах дела документы и сведения, а также заявленные представителем ООО «ЭКОцентр» ничем не подтвержденные доводы, Комиссия Управления считает доказанным факт неправомерного использования в тексте рекламы обозначения «Нова клиник», сходного до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам № 519974 и № 711669, правообладателем которых является заявитель.
Комиссия Управления также отмечает, что для установления факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе для признания ее не соответствующей действительности и вводящей в заблуждение потребителя, не требуется установление наличия негативных последствий для правообладателя товарных знаков, в том числе в виде убытков от оттока клиентов. В настоящем случае антимонопольным органом не защищаются права лица, с которым потребитель может перепутать ответчика, а отстаивает права неопределенного круга лиц-потребителей рекламы на получение достоверной информации, содержащейся в такой рекламе.
Изучая представленные в материалы дела письменные пояснения ООО «ЭКОцентр» в части отсутствия в действиях Общества нарушения при размещении наименования «Нова клиник» на сайте Общества (https://altravita-ivf.ru) и приобщения к материалам дела судебных актов по делу № А40-266746/18, Комиссия считает необходимым уточнить, что производство по настоящему делу касается факта распространения ООО «ЭКОцентр» рекламы в

системе Google AdWords, а не на официальном сайте Общества, а представленные Обществом судебные акты не соотносятся с существом рассматриваемого дела, поскольку вынесены на основании иных фактических обстоятельств.
На основании вышеизложенного, у Комиссии Управления отсутствуют достаточные правовые основания полагать, что рассматриваемая реклама не нарушает положения пунктов 7, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.
Таким образом, распространение в системе Google AdWords рекламы «ЭКО Нова Клиник: лечение всех видов бесплодия, сайт...» является нарушением пунктов 7, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившимся в распространении рекламы, содержащей не соответствующие действительности
6
сведения о лице, оказывающем услугу, а также об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности.
В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе за нарушение положений пунктов 7, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель.
Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе под рекламодателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.
В соответствии с документами, представленными ООО «ЭКОцентр», Общество является рекламодателем рассматриваемой рекламы и разместило ее в системе Google AdWords в соответствии с договорными отношениями с Google Ireland Limited.
Каких-либо иных обоснованных доводов и доказательств непричастности ООО «ЭКО центр» к распространению и определению содержания рассматриваемой рекламы Обществом, как и иными лицами, участвующими в деле, не представлено.
Таким образом, Комиссией Московского УФАС России при распространении в системе Google AdWords рекламы «ЭКО Нова Клиник: лечение всех видов бесплодия, сайт...» в действиях ООО «ЭКО центр» установлено нарушение пунктов 7, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.
Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.
В дело не представлено документальных доказательств невозможности продолжения распространения рассматриваемой рекламы, а равно подтвержденной информации о прекращении действия либо расторжении договоров, гражданско-правовых отношений или иных внутренних актов, на основании которых рассматриваемая реклама размещалась.

Предписание само по себе направлено на устранение нарушений, выявленных при рассмотрении конкретного дела, не является мерой ответственности стороны, исходит из выбранного уполномоченным органом способа защиты общественных отношений, исходя из положений Закона о
7
рекламе, а также законных прав потребителей, конкурентов и иных заинтересованных лиц.
На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о необходимости выдачи ООО «ЭКО центр» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия
РЕШИЛА:
1. Признать ООО «ЭКО центр» нарушившим требования пунктов 7, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в системе Google AdWords рекламы «ЭКО Нова Клиник: лечение всех видов бесплодия, сайт...», которая содержит не соответствующие действительности сведения о лице, оказывающем услугу, а также об исключительных правах на результаты интеллектуальной деятельности .
2. Выдать ООО «ЭКО центр» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.
Председатель Комиссии
<...>а
Члены Комиссии
<...>а
<...>а