

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/01/14.6-881/2021

«14» января 2022 года  
г. Москва

Резолютивная часть решения оглашена «23» декабря 2021 года

В полном объеме решение изготовлено «14» января 2022 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее — Комиссия) по рассмотрению дела № 050/01/14.6-881/2021 о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председатель  
Комиссии: <...> — заместитель руководителя  
Управления Федеральной  
антимонопольной службы по  
Московской области (далее —  
Управление);

Члены Комиссии: <...> — <...> отдела контроля за  
рекламной деятельностью и  
недобросовестной конкуренцией  
Управления;

<...> — главный специалист-эксперт  
отдела контроля за рекламной  
деятельностью и недобросовестной  
конкуренцией Управления,

рассмотрев дело № 050/01/14.6-881/2021 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <...> (далее — ИП <...>, Ответчик) пункта 1 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее — Закон о защите конкуренции) в части незаконного использования словесного обозначения «Спортив», сходного до степени смешения с комбинированным товарным знаком «Спортив. Спорт и вы!» (№ 535466 по свидетельству от 25.02.2015, далее — Товарный знак), в составе ключевых слов при размещении

рекламы фитнес-клуба «Астра» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»,

#### УСТАНОВИЛА:

В Управление поступило обращение Общества с ограниченной ответственностью «Спортив-9» (место нахождения: 129344, г. Москва, ул. Енисейская, д. 5, к. 2; ИНН: 7716698766; ОГРН: 1117746755994, далее — ООО «Спортив-9», Заявитель), переданное письмом Московского УФАС России (вх. № 1422/21 от 18.01.2021), о признаках нарушения Закона о защите конкуренции в действиях ИП <...>

Согласно обращению ООО «Спортив-9» является правообладателем комбинированного товарного знака «Спортив. Спорт и вы!» (№ 535466 по свидетельству от 25.02.2015).

Как указывает Заявитель в обращении, в связи с открытием нового фитнес-клуба «Спортив» по адресу: Московская область, г. Королев, ул. Горького, д. 6Д ООО «Спортив-9» была разработана рекламная стратегия и кампания, а также акция для привлечения новых клиентов с использованием сети «Интернет», включая рекламные сервисы на сайте «yandex.ru». Указанная кампания началась 17.09.2020.

В ходе проведения рекламной кампании Заявителем был произведен осмотр своей рекламы, при этом 01.10.2020 ООО «Спортив-9» обнаружило сходное рекламное объявление, содержащее недостоверную информацию о фитнес-клубе «Астра».

По мнению ООО «Спортив-9», при проведении рекламной кампании в сети «Интернет» владелец фитнес-клуба «Астра» ИП <...> неправомерно использовал словесное обозначение «Спортив», сходное до степени смешения с Товарным знаком.

Заявитель также указал в своем обращении, что согласно рекламному объявлению фитнес-клуба «Астра» цена услуг фитнес-клуба, оказываемых в течение одного года, составляет 11 900 рублей, что меньше

цены аналогичных услуг, оказываемых ООО «Спортив-9» (14 900 рублей), и способно привести к перераспределению потребительского спроса между Заявителем и ИП <...>

Согласно правовой позиции Ответчика (вх. № 20328/21 от 25.05.2021) словесное обозначение «Спортив» не является сходным до степени смешения с Товарным знаком, поскольку данное обозначение является общеупотребительным (в переводе с английского языка «sportive» — спортивный, увлекающийся спортом). По мнению Ответчика, в результате поисковой выдачи у потребителя услуг не могло возникнуть впечатление, что при переходе по рекламной ссылке он будет переадресован на сайт Заявителя либо сайт, иным образом с ним связанный. В выгрузке поисковой выдачи был указан адрес сайта Ответчика <https://www.astrakorolev.ru>, отличный от адреса сайта Заявителя. При переходе на сайт Ответчика потребитель видел логотип коммерческого обозначения «фитнес-клуб «Астра», при этом на сайте Ответчика не было никаких указаний ни на фирменное наименование Заявителя, ни на Товарный знак.

Рассмотрев материалы дела и выслушав доводы лиц, участвующих в деле, Комиссия установила следующее.

В соответствии со статьей 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883 актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах. В частности, подлежат запрету все действия, способные каким бы то ни было способом вызвать смешение в отношении предприятия, продуктов или промышленной, или торговой деятельности конкурента.

Согласно пункту 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции недобросовестная конкуренция — любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

Для решения вопроса о нарушении хозяйствующим субъектом антимонопольного законодательства необходимо, чтобы действия указанного субъекта содержали все необходимые признаки недобросовестной конкуренции, а именно:

1. Совершались хозяйствующим субъектом-конкурентом;
2. Были направлены на получение преимущества в предпринимательской деятельности;
3. Противоречили положениям действующего законодательства, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
4. Причинили или были способны причинить убытки другому хозяйствующему субъекту-конкуренту, либо нанесли ущерб его деловой репутации.

Недоказанность хотя бы одного из вышеперечисленных признаков влечет невозможность признания действий хозяйствующего субъекта актом недобросовестной конкуренции.

Предметом рассмотрения настоящего дела является использование ИП <...> словесного обозначения «Спортив», сходного до степени смешения с комбинированным товарным знаком «Спортив. Спорт и вы!» (№ 535466 по свидетельству от 25.02.2015), в составе ключевых слов при размещении рекламы фитнес-клуба «Астра» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Согласно сведениям из Реестра товарных знаков и знаков обслуживания Российской Федерации Заявителю принадлежит исключительное право на товарный знак «Спортив. Спорт и вы!» (свидетельство № 535466 от 25.02.2015).

Указанный товарный знак является комбинированным товарным знаком, зарегистрированным в отношении услуг 41 класса МКТУ. К данным услугам относятся, в частности, услуги клубов здоровья (оздоровительные и фитнес-тренировки), а также услуги индивидуальных тренеров (фитнес).

В соответствии со статьей 1477 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее — ГК РФ) на товарный знак, то есть на обозначение, служащее для индивидуализации товаров

юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак. Правила указанного Кодекса о товарных знаках соответственно применяются к знакам обслуживания, то есть к обозначениям, служащим для индивидуализации выполняемых юридическими лицами либо индивидуальными предпринимателями работ или оказываемых ими услуг.

Согласно пункту 1 статьи 1484 ГК РФ лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в соответствии со статьей 1229 ГК РФ любым не противоречащим закону способом (исключительное право на товарный знак) в том числе способами, указанными в пункте 2 данной статьи. Правообладатель может распоряжаться исключительным правом на товарный знак.

В силу пункта 3 статьи 1484 ГК РФ никто не вправе использовать без разрешения правообладателя сходные с его товарным знаком обозначения в отношении товаров, для индивидуализации которых товарный знак зарегистрирован, или однородных товаров, если в результате такого использования возникнет вероятность смешения.

Согласно пункту 4 статьи 4 Закона о защите конкуренции товарный рынок — сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров (далее — определенный товар), в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.

Признаки, позволяющие отнести деятельность хозяйствующих субъектов к одному товарному рынку, перечислены в Порядке проведения анализа состояния конкуренции на товарном рынке, утвержденном приказом Федеральной антимонопольной службы от 28.04.2010 № 220 (далее — Порядок анализа состояния конкуренции).

В соответствии с пунктом 10.6 Порядка анализа состояния конкуренции по делам, возбужденным по признакам нарушения статей 14.1-14.8 Закона о защите конкуренции, анализ состояния конкуренции на товарном рынке включает следующие этапы:

а) Определение временного интервала исследования товарного рынка;

б) Определение продуктовых границ товарного рынка. Определение продуктовых границ товарного рынка может производиться исходя из предмета договоров, заключаемых хозяйствующим субъектом (в том числе в отношении которого поданы в антимонопольный орган заявление, материалы) по поводу товара, предлагаемого им к продаже;

в) Определение географических границ товарного рынка;

г) Определение состава хозяйствующих субъектов, действующих на товарном рынке, в объеме установления фактических конкурентных отношений между хозяйствующим субъектом, в действиях (бездействии) которого обнаружены признаки недобросовестной конкуренции, и хозяйствующим субъектом, которому указанными действиями (бездействием) причинены или могут быть причинены убытки либо нанесен или может быть нанесен вред его деловой репутации.

В силу пункта 1 статьи 4 Закона о защите конкуренции товар — объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Как Заявителем, так и Ответчиком не оспаривается факт осуществления деятельности в сфере фитнеса (оказание услуг фитнес-клубами).

Таким образом, продуктовые границы товарного рынка определены следующим образом: «оказание услуг фитнес-клубами».

В соответствии с пунктом 7 статьи 4 Закона о защите конкуренции конкуренция определяется как соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается

возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем товарном рынке.

Согласно пункту 5 статьи 4 Закона о защите конкуренции хозяйствующий субъект — коммерческая организация, некоммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации.

ООО «Спортив-9» (место нахождения: 129344, г. Москва, ул. Енисейская, д. 5, к. 2; ИНН: 7716698766; ОГРН: 1117746755994) является коммерческой организацией в организационно-правовой форме хозяйственного общества, следовательно, является хозяйствующим субъектом.

Согласно сведениям из Единого государственного реестра юридических лиц (далее — ЕГРЮЛ) основным видом деятельности Заявителя является деятельность физкультурно-оздоровительная, идентифицированная кодом 96.04 ОКВЭД.

К дополнительным видам деятельности Заявителя относится деятельность в области спорта прочая, идентифицированная кодом 93.19 ОКВЭД.

ООО «Спортив-9» осуществляет указанные виды деятельности с 26.09.2011.

ИП <...> является индивидуальным предпринимателем, следовательно, является хозяйствующим субъектом.

Согласно сведениям из ЕГРЮЛ к числу дополнительных видов деятельности Ответчика относится деятельность в области спорта прочая, идентифицированная кодом 93.19 ОКВЭД.

ИП <...> осуществляет указанный вид деятельности с 10.10.2016.

Как указывает Заявитель в своих письменных пояснениях (вх. № 21500-ЭП/21 от 31.05.2021), запуск рекламной кампании в рамках

открытия нового фитнес-клуба по адресу: Московская область, г. Королев, ул. Горького, д. 6Д осуществляло Общество с ограниченной ответственностью «Милафит» (место нахождения: 141080, Московская область, г. Королев, ул. Горького, д. 6Д, эт./пом. 2/1; ИНН: 5018193401; ОГРН: 1185029006216, далее — ООО «Милафит», Заинтересованное лицо). Заявитель и Заинтересованное лицо являются частью сети фитнес-клубов «Спортив», Заявитель дал письменное согласие Заинтересованному лицу на использование Товарного знака.

Согласно сведениям из ЕГРЮЛ участниками Заявителя и Заинтересованного лица являются одни и те же физические лица (<...> и <...>), доля каждого из которых в уставных капиталах названных обществ составляет 50 процентов.

В соответствии с пунктами 1 и 8 части 1 статьи 9 Закона о защите конкуренции группой лиц признается совокупность физических лиц и (или) юридических лиц, соответствующих одному или нескольким признакам, в частности, хозяйственное общество (товарищество, хозяйственное партнерство) и физическое лицо или юридическое лицо, если такое физическое лицо или такое юридическое лицо имеет в силу своего участия в этом хозяйственном обществе (товариществе, хозяйственном партнерстве) более чем пятьдесят процентов общего количества голосов, приходящихся на голосующие акции (доли) в уставном (складочном) капитале этого хозяйственного общества (товарищества, хозяйственного партнерства), а также лица, каждое из которых по какому-либо из указанных в пунктах 1-7 указанной части признаку входит в группу с одним и тем же лицом.

Учитывая изложенное, Комиссия приходит к выводу об осуществлении ООО «Спортив-9» деятельности на территории города Королев в силу нахождения на указанной территории фитнес-клуба, принадлежащего ООО «Милафит», входящему с Заявителем в одну группу лиц и использующему Товарный знак с разрешения ООО «Спортив-9».

ИП <...> не отрицает факт осуществления деятельности на территории города Королев в фитнес-клубе «Астра» (г. Королев, ул. Горького, д. 12Г).



Следовательно, географическими границами товарного рынка, на котором произошел рассматриваемый акт недобросовестной конкуренции, является город Королев Московской области.

Таким образом, ООО «Спортив-9» и ИП <...> осуществляют деятельность на одном товарном рынке оказания услуг фитнес-клубами в географических границах города Королев Московской области с 10.10.2016 по настоящее время и являются конкурентами.

В соответствии с пунктом 1 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции не допускается недобросовестная конкуренция путем совершения хозяйствующим субъектом действий (бездействия), способных вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента либо с товарами или услугами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации, в том числе незаконное использование обозначения, тождественного товарному знаку, фирменному наименованию, коммерческому обозначению, наименованию места происхождения товара хозяйствующего субъекта-конкурента либо сходного с ними до степени смешения, путем его размещения на товарах, этикетках, упаковках или использования иным образом в отношении товаров, которые продаются либо иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, а также путем его использования в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая размещение в доменном имени и при других способах адресации.

По вопросу использования Ответчиком словесного обозначения «Спортив», сходного до степени смешения с Товарным знаком, в составе ключевых слов при размещении рекламы фитнес-клуба «Астра» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» Комиссией установлено следующее.

Согласно пункту 172 Постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 23.04.2019 № 10 «О применении части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации» использование рекламодателем при размещении контекстной рекламы в сети «Интернет» в качестве критерия для показа рекламного объявления ключевых слов (словосочетаний),

тождественных или сходных до степени смешения с принадлежащим другому лицу средством индивидуализации, с учетом цели такого использования может быть признано актом недобросовестной конкуренции.

Следовательно, довод Ответчика о необходимости применения в рассматриваемой ситуации норм Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», содержащийся в письменных пояснениях по делу № 050/01/14.6-881/2021 (вх. № 52644/21 от 23.12.2021), является несостоятельным.

В силу абзацев семнадцатого и девятнадцатого письма ФАС России от 21.10.2019 № АК/91352/19 «Об использовании средств индивидуализации в качестве ключевых слов» предметом рассмотрения дел о нарушении антимонопольного законодательства в виде незаконного использования фирменного наименования либо товарного знака является не нарушение исключительного права правообладателя как таковое, а влияние действий лица, в отношении которого подано заявление, на конкурентную среду, выражающееся в возможном смешении услуг разных производителей в силу невозможности для потребителя установить, какое из лиц-владельцев обозначений выступает в качестве поставщика услуги. В результате такого смешения потребитель услуг ошибочно полагает, что поставщиком услуги (производителем товара) является иной субъект.

Возможность смешения возникает в случае, если под воздействием конкретного содержания контекстной рекламы у пользователя может возникнуть впечатление, что при переходе по рекламной ссылке он будет переадресован на сайт правообладателя средства индивидуализации либо сайт, иным образом связанный с правообладателем средства индивидуализации. Например, к этому может приводить последовательное перечисление в тексте рекламного объявления двух фирменных наименований либо коммерческих обозначений (правообладателя и предполагаемого нарушителя) без уточнения о том, что это различные организации, реализующие одни и те же товары (услуги), особенно в случае, если указанные обозначения имеют общие элементы.

В соответствии с абзацем вторым пункта 32 Правил составления,

подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденных приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 г. № 482 (далее — Правила № 482), к словесным обозначениям относятся слова, сочетания букв, имеющие словесный характер, словосочетания, предложения, а также их сочетания.

Согласно пункту 42 Правил № 482 словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы. Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

Сравнивая обозначения «Спортив» и «Спортив. Спорт и вы!», Комиссия отмечает, что первое обозначение состоит из одного слова, а второе — из нескольких.

Определяя звуковое (фонетическое) сходство обозначений «Спортив» и «Спортив. Спорт и вы!», Комиссия отмечает, что в составе указанных обозначений присутствуют тождественные слова «Спортив».

Таким образом, сравниваемые обозначения обладают звуковым (фонетическим) сходством.

Обозначения «Спортив» и «Спортив. Спорт и вы!» обладают графическим сходством в силу использования кириллического алфавита, использования тождественных по написанию слов «Спортив».

Смысловое сходство обозначений «Спортив» и «Спортив. Спорт и вы!» заключается в сходстве заложенных в них понятий.

Согласно пункту 37 Обзора практики по делам, связанным с разрешением споров о защите интеллектуальных прав, утвержденного Президиумом Верховного Суда Российской Федерации 23.09.2015, при выявлении сходства до степени смешения используемого ответчиком обозначения с товарным знаком истца учитывается общее впечатление, которое производят эти обозначение и товарный знак (включая

неохраняемые элементы) в целом на среднего потребителя соответствующих товаров или услуг.

Согласно пункту 13 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 13.12.2007 № 122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности» вопрос о сходстве до степени смешения обозначений является вопросом факта и по общему правилу может быть разрешен с позиции рядового потребителя и специальных знаний не требует.

Таким образом, оценив обозначения «Спортив» и «Спортив. Спорт и вы!» по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам, Комиссия приходит к выводу о сходстве указанных обозначений до степени смешения.

Согласно ответу ООО «Яндекс» на запрос информации Московского УФАС России исх. № ПО/72323/20 от 16.12.2020 в сервисе «Яндекс.Директ», геотаргетинг: Королев, в период с 26.09.2020 по 01.10.2020 размещалось рекламное объявление с текстом: *«Спортив Королев — Год безлимита за 11900р! astrakorolev.ru/фитнес-в-королеве. Акция действует только 3 дня! Выгодные условия клубного членства! Бронируй! Тренажерный зал. Персональные тренировки. Финская сауна. Современное оборудование. Доступные цены. 4 Этажа. Панорамные залы. Контактная информация <...> Пн-пт 10:00-22:30, сб-вс 10:00-21:00»* (далее — Рекламное объявление).

Рекламное объявление было размещено в рамках договора, заключенного между ООО «Яндекс» и пользователем Astra Fitness (далее — Рекламодаватель) на условиях оферты на оказание услуг «Яндекс.Директ».

При этом Рекламодаватель выбрал среди прочих ключевое слово «Спортив Королев», при включении которого пользователем в поисковый запрос осуществлялся показ Рекламного объявления. Также Рекламодаватель использовал следующие ключевые слова, включающие словесное обозначение «Спортив»: «Клуб Спортив Королев Горького», «Клуб Спортив Королев» «Спортив в Королеве

на Горького», «Спортив в Королеве цены», «Спортив Королев Горького 14г», «Спортив Королев Горького телефон», «Спортив Королев Горького цены», «Спортив Королев Горького», «Спортив Королев отзывы», «Спортив Королев расписание занятий», «Спортив Королев телефон», «Спортив Королев цены», «Спортив статус Королев», «Спортив фитнес клуб Королев», «Спортив фитнес Королев Горького», «Фитнес Спортив Королев».

Вместе с тем ООО «Спортив-9» не предоставляло право использования Товарного знака ИП <...>

По мнению Комиссии, использование ключевых слов, содержащих словесное обозначение «Спортив», в настройках сервиса «Яндекс.Директ» существенно повлияло на результат поисковой выдачи. Так, пользователь поисковой системы, заинтересованный в услугах, оказываемых ООО «Спортив-9», при использовании в поисковом запросе словесного обозначения «Спортив», сходного до степени смешения с Товарным Знаком, при переходе по ссылке в выдаче результатов поиска мог попасть на сайт фитнес-клуба «Астра», оказывающего аналогичные услуги, но не имеющего отношения к Заявителю.

В материалы дела Заявителем представлена фотография результатов поисковой выдачи системы «Яндекс» по запросу «Спортив Королев», являющаяся приложением к протоколу осмотра доказательств от 01.10.2020. Данная фотография свидетельствует, что Рекламное объявление имело заголовок «Спортив Королев. Год безлимита за 11900 р!» и показывалось следующим после объявления Заявителя с заголовком «Фитнес-клуб Спортив в Королеве. Купить за 14900р/год».

С учетом положения Рекламного объявления в поисковой выдаче, его заголовка, нахождения соответствующих фитнес-клубов в городе Королев на одной улице (ул. Горького), а также с учетом разницы в стоимости услуг Заявителя и Ответчика в пользу Ответчика Комиссия приходит к выводу, что в результате действий ИП <...> пользователи поисковой системы «Яндекс», заинтересованные в услугах, оказываемых ООО «Спортив-9», могли быть введены в заблуждение относительно сотрудничества ООО «Спортив-9» и ИП <...>, что было способно привести к смешению Заявителя и Ответчика и потере потенциальных клиентов ООО «Спортив-9».

Действия ИП <...> не в полной мере соответствуют требованиям добропорядочной конкурентной борьбы.

Комиссия обращает внимание на то, что конституционное требование действовать добросовестно и не злоупотреблять своими правами равным образом обращено ко всем участникам гражданских правоотношений.

Учитывая изложенное, использование Ответчиком словесного обозначения «Спортив», сходного до степени смешения с Товарным знаком, в составе ключевых слов при размещении рекламы фитнес-клуба «Астра» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» противоречит закону и не отвечает требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, предъявляемым к участникам гражданского оборота.

Направленность действий Ответчика на получение преимущества в предпринимательской деятельности проявилась в намерении перераспределить потребительский спрос на рынке оказания услуг фитнес-клубами.

По смыслу нормы права, содержащейся в пункте 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции, недобросовестной конкуренцией признаются и такие действия, направленные на получение преимуществ в предпринимательской деятельности, которые потенциально могут причинить убытки конкурентам либо могут причинить вред их деловой репутации.

Поскольку смешение услуг само по себе направлено на перераспределение спроса, оно способно привести к убыткам в виде упущенной выгоды.

Учитывая изложенное, доказывание возникновения конкретных убытков не является обязательным, так как достаточно вероятности их возникновения у конкурента.

Комиссия приходит к выводу о том, что действия ИП <...>, выразившиеся в использовании словесного обозначения «Спортив», сходного до степени смешения с Товарным знаком, в составе ключевых слов при размещении рекламы фитнес-клуба «Астра» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», были способны причинить убытки Заявителю.

Следовательно, в действиях Ответчика содержатся все признаки нарушения пункта 1 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции.

Согласно подпункту «г» пункта 2 части 1 статьи 23 Закона о защите конкуренции антимонопольный орган выдает в случаях, указанных в данном Федеральном законе, хозяйствующим субъектам обязательные для исполнения предписания о прекращении недобросовестной конкуренции.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения по настоящему делу спорная реклама фитнес-клуба «Астра» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» не размещается.

Таким образом, основания для выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения антимонопольного законодательства отсутствуют.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1-4 статьи 41, частью 1 статьи 49 Закона о защите конкуренции, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать индивидуального предпринимателя <...> нарушившим требования пункта 1 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» в части незаконного использования словесного обозначения «Спортив», сходного до степени смешения с комбинированным товарным знаком «Спортив. Спорт и вы!» (№ 535466 по свидетельству от 25.02.2015), в составе ключевых слов при размещении рекламы фитнес-клуба «Астра» в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

2. Оснований для выдачи предписания не имеется.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренного статьей 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных

правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия в арбитражный суд.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>