

## **РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №1-14.6-310/78-01-18**

Резолютивная часть оглашена «24» января 2019 г. Санкт-Петербург  
В полном объеме решение изготовлено «5» февраля 2019 г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

рассмотрев дело №1-14.6-310/78-01-18 по признакам нарушения обществом с ограниченной ответственностью «Центральная сеть агромаркетов» (адрес: 214533, Смоленская область, Смоленский район, восточнее села Ольша на расстояние 200 м, зарегистрировано в качестве юридического лица 27.04.2010) и ООО «Завод СПЕЦТЕХНИКИ» (адрес: 160029, Вологда, Машиностроительная ул., д. 19, оф. 320А) пункта 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции»,

лица, участвующие в деле, своих представителей не направили, уведомлены,

### **УСТАНОВИЛА:**

В Санкт-Петербургское УФАС России поступило заявление ООО «БТЗ» (вх.№12476/18 от 16.05.2018) относительно возможного нарушения антимонопольного законодательства Российской Федерации, в частности пункта 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции». Из заявления следует, что общество с ограниченной ответственностью «Центральная сеть агромаркетов» посредством контекстной рекламы и сайта lbr.ru предлагает к продаже тракторы ХТА Слобожанец, К-714 Петра, МТЗ. Заявитель считает, что общество с ограниченной ответственностью «Центральная сеть агромаркетов» своими действиями создаёт риск смешения своей продукции с продукцией его конкурентов.

Статьёй 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» установлен запрет на недобросовестную конкуренцию, связанную с созданием смешения. В этой связи 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:

1) 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,

2) копирование или имитация внешнего вида товара, вводимого в гражданский оборот хозяйствующим субъектом-конкурентом, упаковки такого товара, его этикетки, наименования, цветовой гаммы, фирменного стиля в целом (в совокупности фирменной одежды, оформления торгового зала, витрины) или иных элементов, индивидуализирующих хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товар.

В сети «Интернет» посредством сервиса «Яндекс.Директ» общество с ограниченной ответственностью «Центральная сеть агромаркетов» разместило контекстную рекламу «Тракторы ХТА Слобожанец / 180 и 240 л.с. Надежные двигатели ЯМЗ. Немецкое сцепление LUK. Наличие. / lbr.ru», «Тракторы К-714 Петра / 330 и 400 лс. Усиленная рама. Евронавеска, грузоподъемность - до 5,5 т. В наличии / lbr.ru», «Новые тракторы МТЗ / В наличии с ПСМ. МТЗ 82, 1221, 1523 и др. Белорусская сборка. В лизинг до 4 лет / lbr.ru». Рекламодателем данной рекламы выступило общество с ограниченной ответственностью «Центральная сеть агромаркетов». На сайте lbr.ru оно предлагает к продаже аналогичную продукцию.

Данное общество пояснило (вх.№24974-ЭП/18 от 03.10.2018, вх. №26696-ЭП/18 от 24.10.2018), что не является производителем указанной продукции. Данную продукцию оно приобрело у других лиц. Тракторы промышленные К-714 ПЕТРА ЗСТ оно приобрело у ООО

«Завод СПЕЦТЕХНИКИ». Также оно представило подтверждающие документы.

Высший Арбитражный Суд Российской Федерации в пункте 17 постановления Пленума ВАС РФ от 17.02.2011 N 11 «О некоторых вопросах применения Особенной части Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» разъяснил, что поскольку частью 2 статьи 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена ответственность за недобросовестную конкуренцию, выразившуюся только во введении в оборот товара с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, средств индивидуализации продукции, работ, услуг, а не за любое незаконное использование таких результатов или средств, субъектом административной ответственности за административные правонарушения, предусмотренные названной нормой, по смыслу указанной части может быть лишь лицо, которое первым ввело в оборот товар с незаконным использованием результатов интеллектуальной деятельности и приравненных к ним средств индивидуализации юридического лица, средств индивидуализации продукции, работ, услуг.

Таким образом, общество с ограниченной ответственностью «Центральная сеть агромаркетов» не является лицом, которое ввело в оборот продукцию предлагаемую к продаже посредством указанной контекстной рекламы. Общество с ограниченной ответственностью «Центральная сеть агромаркетов» не несёт ответственности за использование названий продукции, которую приобрело у других лиц.

АО «Петербургский тракторный завод» в ходе рассмотрения дела не предъявляло каких-либо претензий названиям тракторов производства ООО «Завод СПЕЦТЕХНИКИ». ООО «Завод СПЕЦТЕХНИКИ» пояснило (вх.№6084/18 от 13.03.2018), что в настоящее время не использует обозначение «Кировец» и (или) индекс «К» для маркировки тракторов. На заседании 7 ноября 2018 года законный представитель заявителя Метелев С.Г. заявил, что у него нет претензий к названиям тракторов производства ООО «Завод СПЕЦТЕХНИКИ» вне размещения их рекламы при показе изображений техники производства ООО «БТЗ».

Согласно пункту 2 статьи 1484 Гражданского кодекса Российской Федерации исключительное право на товарный знак может быть

осуществлено для индивидуализации товаров, работ или услуг, в отношении которых товарный знак зарегистрирован, в частности путем размещения товарного знака:

- на товарах, в том числе на этикетках, упаковках товаров, которые производятся, предлагаются к продаже, продаются, демонстрируются на выставках и ярмарках или иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, либо хранятся или перевозятся с этой целью, либо ввозятся на территорию Российской Федерации;
- при выполнении работ, оказании услуг;
- на документации, связанной с введением товаров в гражданский оборот;
- в предложениях о продаже товаров, о выполнении работ, об оказании услуг, а также в объявлениях, на вывесках и в рекламе;
- в сети Интернет, в том числе в доменном имени и при других способах адресации.

В силу пункта 3 статьи 1484 Гражданского кодекса Российской Федерации что 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.

Между тем каждый способ использования товарного знака, как предусмотренных, так и не предусмотренных в статье 1484 Гражданского кодекса Российской Федерации, ограничен единым принципом такого использования, то есть осуществлением использования товарного знака с целью индивидуализации товаров — приданием различительной способности товару или производителю в целях предотвращения смешения товаров. Простое упоминание товарного знака не является способом его использования.

ООО «Яндекс» пояснило (вх.№31210-ЭП/18 от 06.12.2018), что показ рекламы «Тракторы К-714 Петра / 330 и 400 лс. Усиленная рама. Евронавеска, грузоподъемность - до 5,5 т. В наличии / lbr.ru» мог произойти в результате использования ответчиком функциональности «Дополнительные релевантные фразы». На основе ключевых фраз, определённых рекламодателем, в перечень ключевых фраз могло

быть автоматически добавлено ключевое слово «трактор». В результате того, что ключевое слово «трактор» содержалось в поисковом запросе «трактор балтиец рф», мог быть осуществлён показ указанного рекламного объявления. Показ рекламного объявления в результате введения поискового запроса «трактор балтиец рф» не означает, что для его показа использовалась именно ключевая фраза «трактор балтиец рф». Показ мог быть произведён по ключевому слову «трактор», поскольку оно содержится в составе поискового запроса «трактор балтиец рф». При этом слова «балтиец рф» могли не иметь отношения к показу рекламного объявления.

Ключевые слова используются в сети «Интернет» для поиска информации пользователями и представляет собой технический параметр (критерий), устанавливаемый рекламодателем в интерфейсе рекламной кампании. Потребитель не видит ключевых слов, при вводе которых происходит показ контекстной рекламы. Таким образом, ключевые слова не могут быть отнесены к способам использования товарного знака с учетом отсутствия индивидуализирующей способности.

Учитывая специфику сети «Интернет», ключевые слова, используемые в сети «Интернет», являются техническим параметром. Они служат для поиска информации пользователями и не могут служить средством индивидуализации товаров и услуг, в связи с чем нет нарушения исключительного права на товарный знак.

ООО «БТЗ» вместе со своим заявлением (вх.№12476/18 от 16.05.2018) представило изображения результатов поисковой выдачи картинок по различным запросам, в том числе по запросу «трактор балтиец рф». На представленных изображениях реклама снабжена соответствующий выделенной ярко пометкой, само рекламное объявление показано на отличающемся фоне.

С учётом изложенного, нет оснований полагать, что потребитель будет введён в заблуждение при показе такого рода рекламных объявлений. Обратного заявитель в материалы дела не представил.

Как следует из пояснений ООО «Яндекс» (вх.№31210-ЭП/18 от 06.12.2018), при создании рекламных кампаний у рекламодателей отсутствует возможность выбора конкретных мест (площадок) размещения их рекламных объявлений. Рекламодатель может лишь определить, будут ли его рекламные объявления показываться на поисковых ресурсах ООО «Яндекс» (поле «на поиске») и/или на

страницах сайтов, входящих в Рекламную сеть Яндекса (поле «в сетях»). Из приложенных ООО «Яндекс» скриншотов следует, что рекламодателем было выбрано размещение рекламных объявлений на поисковых ресурсах

ООО «Яндекс». Размещение же рекламных объявлений на страницах сайтов, входящих в рекламную сеть ООО «Яндекс», было запрещено рекламодателем.

Таким образом, общество с ограниченной ответственностью «Центральная сеть агромаркетов» никак не могло повлиять на то, будет ли его реклама показана при поисковой выдаче в системе «Яндекс» изображений тракторов производства заявителя. Обратного ООО «БТЗ» не доказало.

В своих объяснениях (вх.№1974/19 от 22.01.2019) заявитель дополнительно перечислил ряд статей, которые по его мнению, были нарушены. При этом заявитель не описал существо нарушений, которые, по его мнению, были допущены. Часть из перечисленных заявителем статей являются взаимоисключающими. ООО «БТЗ» заявляет, что реклама под изображением его продукции была показана умышленно, но не приводит каких-либо доказательств, подтверждающих обоснованность своих доводов.

Руководствуясь статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 – 4 статьи 41, статьей 48, частью 1 статьи 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», комиссия

### **РЕШИЛА:**

Прекратить рассмотрение дела №1-14.6-310/78-01-18, поскольку в рассматриваемых комиссией действиях ООО «Завод СПЕЦТЕХНИКИ» (ОГРН 1037811089018, ИНН 7805280699) и общества с ограниченной ответственностью «Центральная сеть агромаркетов» (ОГРН 1106731003939, ИНН 6729024480) нет нарушения антимонопольного законодательства.

Председатель <...>

Члены <...>

<...>

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

