

РЕШЕНИЕ
ПО ДЕЛУ № К05-64/14

«06» ноября 2014 г. Санкт-Петербург

Резолютивная часть решения оглашена 06 ноября 2014 года

Полный текст решения изготовлен 20 ноября 2014 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дела № К05-64/14 о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

П.В. Яковлев – заместитель руководителя управления, Председатель Комиссии;

И.В. Пойманов – заместитель начальника отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,

член Комиссии;

Е.И. Любаева – главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,

член Комиссии,

рассмотрев дело № К05-64/14, возбужденное по заявлению ООО «Партнер-Энерджи» по признакам нарушения ООО «Технопоиск» (196084, Санкт-Петербург, ул. Коли Томчака, д. 28, лит. В) и ООО «еЛама» (194044, Санкт-Петербург, пр. Большой Сампсониевский, д. 60, лит. А, оф. 1-Н) части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о конкуренции), выразившимся

в использовании товарного знака хозяйствующего субъекта-конкурента, при проведении рекламной кампании в сети Интернет,

УСТАНОВИЛА:

1. В Санкт-Петербургское УФАС России (далее – Управление) поступило заявление ООО «Партнер-Энерджи» (далее – Заявитель)

на действия ООО «Технопоиск» (далее – Ответчик), выразившиеся в использовании товарного знака хозяйствующего субъекта-конкурента, при проведении рекламной кампании в сети Интернет.

В декабре 2013 г. Заявителем был установлен факт распространения в сети Интернет Ответчиком рекламного объявления следующего содержания «Ищете www.Polaris.ru мультиварки»? Выберите мультиварку REDMOND! Доставка по РФ бесплатно! www.multivarka.pro». Фраза «Ищете www.Polaris.ru мультиварки?» являлась заголовком рекламного объявления

и активной ссылкой для перехода на сайт www.multivarka.pro. На указанном сайте Ответчик рекламирует и предлагает к продаже мультиварки «REDMOND».

Вышеперечисленные факты зафиксированы нотариусом г. Москвы Миллером Н.Н. в протоколе осмотра веб-сайта в сети Интернет от 19.12.2013 г. (зарегистрирован в реестре за № 10Д-381).

Таким образом, Заявитель считает, что Ответчик с целью получения преимуществ на рынке реализации бытовой техники осуществляет действия, противоречащие требованиям добросовестности и вводит в заблуждение потребителей, так как к продаже предлагаются мультиварки под товарным знаком «REDMOND», а не мультиварки под товарным знаком POLARIS, которые указаны в поисковом окне Яндекса, а также являются ключевыми словами, указанными в рекламной ссылке. По мнению Заявителя, «конечный потребитель, имея намерение получить информацию и/или приобрести мультиварку под товарным знаком «POLARIS», попадал на сайт www.multivarka.pro, где Ответчиком рекламируются и предлагаются к продаже мультиварки «REDMOND»,

в результате чего, конечный потребитель вместо покупки мультиварки «POLARIS» может приобрести мультиварку «REDMOND».

ООО «Технопоиск» не производит и не реализует товары под товарным знаком «POLARIS», поэтому использует товарный знак Заявителя не для того, чтобы информировать посетителей сайта www.multivarka.pro об ассортименте товара, а для того, чтобы привлечь внимание к реализуемой Ответчиком бытовой техники под товарным знаком «REDMOND», информация о которой размещена на сайте www.multivarka.pro».

2. Позиция Ответчика изложена в письме исх. № 11-05 от 16 мая 2014 г., и заключается в следующем.

Показ объявления с заголовком «Ищете www.polaris.ru мультиварки?» связан с техническими особенностями автоматической обработки рекламных объявлений в системе Яндекс.Директ, согласно которым заголовок сформирован в результате некорректной работы автоматической самообучающейся системы «eLama.ru». Таким образом, по мнению Ответчика, в рекламный текст, начинающийся с «Ищете...» (подразумевается, например, «мультиварку», «недорогую мультиварку» и так далее) попал запрос «www.Polaris.ru мультиварки», поскольку он также имеет в корне слово «мультиварка».

Ответчик просит обратить внимание на то, что данная ошибка устранена, в настоящее время поисковая система не выводит некорректный заголовок. ООО «Технопоиск» не преследовало цели получения преимущества при осуществлении деятельности по реализации бытовой техники.

Ответчик сообщает, что услуги по размещению рекламы Ответчику оказывало ООО «еЛама».

Также в материалы дела представлен договор № 2013/03/29-7216 от 29 марта 2013 г. на проведение рекламной кампании в сети Интернет между ООО «Технопоиск» и ООО «еЛама», а также информационное письмо ООО «еЛама» от 13.05.2014 г. в адрес Ответчика, согласно которому «показ объявления «Ищете www.Polaris.ru мультиварки» вызван двумя факторами, связанными с особенностями автоматической обработки рекламных объявлений в системе Яндекс.Директ. Данный заголовок создан с использованием семантики рекламной системы и не преследовал целью утверждение негативного образа бренда «POLARIS». Генерация некорректного заголовка произошла в рамках работы самообучающейся рекламной системы «eLama.ru»: система подобрала фразу «www.Polaris.ru мультиварки» по алгоритму перебора всех возможных сочетаний запросов, содержащих слово «мультиварка», согласно статистике поисковой системы «Яндекс». Таким образом, в рекламный текст попала вышеозначенный запрос, поскольку он также имеет в корне слово «мультиварка». Данный недочет был оперативно устранен, и в настоящее время некорректный заголовок не показывается в поисковой системе». По мнению Ответчика, «в его действиях отсутствует вина в событии, послужившим основанием для возбуждения дела о нарушении антимонопольного законодательства».

3. Материалами дела № К05-64/14 установлено следующее.

3.1. Заявитель осуществляет свою деятельность на рынке реализации бытовой техники, домашней и кухонной утвари и посуды на территории Российской Федерации, в том числе осуществляет продажи мультиварок под товарным знаком «POLARIS». Право использования товарного знака «POLARIS» (свидетельство о регистрации № 344166 с приоритетом от 14.06.06 г.) подтверждено сублицензионным договором от 05.07.12 г. ООО «Партнер-Энерджи» с ООО «Поларис Интернейшнл Лимитед»,

зарегистрированным в Федеральной службе по интеллектуальной собственности, патентам и товарным знакам 08.10.2012 г., регистрационный номер РД0110238.

3.2. Основной вид деятельности Ответчика – оптовая торговля непродовольственными потребительскими товарами. Ответчиком представлены учредительные документы и сопроводительное письмо, согласно которым ООО «Технопоиск» реализует однородные товары с Заявителем – мультиварки «REDMOND» на территории Российской Федерации и является конкурентом ООО «Партнер-Энерджи».

Таким образом, Заявитель и Ответчик являются конкурентами на рынке реализации бытовой техники, в том числе мультиварок.

3.3. В соответствии со ст. 1229, 1240, 1477 ГК РФ товарный знак является результатом интеллектуальной деятельности, а именно обозначением, служащим для индивидуализации товаров, право использования которого принадлежит лицу на имя которого выдано свидетельство на товарный знак, а также лицам, получившим данное право на основании лицензионных/сублицензионных договоров, зарегистрированных в установленном действующим законодательством порядке. Право использования товарного знака «POLARIS» компанией TEXTON CORPORATION LLC предоставлено компании ООО «Поларис Интернейшнл Лимитед» на основании лицензионного договора, зарегистрированного Роспатентом 04.07.2012 г. за № РД0102292 и компании ООО «Партнер-Энерджи» на основании сублицензионного договора, зарегистрированного Роспатентом 08.10.2012 г. за № РД0110238. Иным компаниям право использования товарного знака «POLARIS» не предоставлялось. В соответствии со ст. 1484 ГК РФ под использованием товарного знака понимается размещение товарного знака, в том числе в предложениях о продаже товаров, в объявлениях, на вывесках, в рекламе.

В материалы дела представлен договор № 2013/03/29-7216 от 29 марта 2013 г. на проведение рекламной компании в сети Интернет, заключенный между ООО «Технопоиск» и ООО «еЛама», согласно которому Ответчик поручает, а ООО «еЛама» принимает на себя обязанности по проведению рекламной кампании в сети Интернет. В соответствии с п. 6.3.1. указанного договора ООО «еЛама» несет ответственность за ошибки, допущенные в содержании (тексте) и форме рекламного объявления, отличающегося от содержания (текстов) утвержденных Ответчиком. Утверждение содержания (текстов) осуществляется по электронной почте и/или

по средством Веб-интерфейса. В соответствии с п. 6.3.3. ООО «еЛама» несет ответственность за ошибки, допущенные в ключевых словах, утвержденных ответчиком по электронной почте и/или по средством Веб-интерфейса.

В ответе вх. № 17462 от 31.07.2014 г. на мотивированное требование Управления № 01/14918 от 11.07.2014 г. ООО «еЛама» подтверждает, что в соответствии с условиями договора № 2013/03/29-7216 от 29 марта 2013 г. утверждение содержания (текстов) рекламного объявления и/или ссылок осуществляется Заказчиком по электронной почте и/или по средством Веб-интерфейса.

В информационном письме от 13.05.2014 г., ООО «еЛама» указывает, что «генерация некорректного заголовка «Ищите www.Polaris.ru мультиварки?» в объявлении произошла в рамках работы самообучающейся рекламной системы eLama.ru: система подобрала фразу «www.Polaris.ru мультиварки» по алгоритму перебора всех возможных сочетаний запросов, содержащих слово «мультиварка», согласно статистике поисковой системы Яндекс. Таким образом, в рекламный текст начинающийся с «Ищите...» попал выше обозначенный запрос, поскольку он имеет в корне слово «мультиварка».

В материалы дела № К05-64/14 представлен протокол осмотра веб-сайта в сети

Интернет, составленного нотариусом г. Москвы Миллером Н.Н. 19.12.2013 г. (зарегистрирован в реестре за № 10Д-381), согласно которому при вводе в поисковой строке: «www.Polaris.ru мультиваркА», в рекламном блоке Яндекс.Директ отображалось: «www.Polaris.ru мультиваркИ», то есть слово «мультиваркИ» уже используется во множественном числе. Слово «мультиваркИ» не содержит полностью слово «мультиваркА», данные слова имеют только общий корень «мультиварк».

Согласно протоколу осмотра веб-сайта в сети Интернет, составленного нотариусом г. Москвы Миллером Н.Н. 21.03.2014 г. (зарегистрирован в реестре за № 5-88), было обнаружено и зафиксировано, что при вводе в поисковой системе Яндекс ключевых слов «Polaris 0517», на странице результатов отображается рекламное объявление Ответчика следующего содержания: «Ищете мультиварки Polaris? Каталог мультиварок Акции Спецпредложения Выберите мультиварку REDMOND! Доставка по РФ бесплатно! multivarka.pro». В данном случае, фраза «Ищете мультиварки Polaris?» является активной ссылкой для перехода на сайт www.multivarka.pro.

Система eLama.ru по ключевым словам «мультиварк» и «Polaris 0517» отобрала для показа рекламного объявления Ответчика те слова, которые согласно заданным Ответчиком параметрам должны были оказаться в объявлении.

Заявителем представлен скриншот сайта ООО «еЛама» www.eLama.ru от 23.06.2014 г., согласно которому, в разделе «О проекте», указано что, рекламодатель регистрируется в системе и запускает рекламные кампании в контекстные системы. Помимо этого рекламодатель получает прямые доступы к своим аккаунтам в Яндекс.Директ и Бегун. Компания предлагает «удобный инструмент для подбора слов и составления объявлений...».

В ответе вх. № 17462 от 31.07.2014 г. на мотивированное требование Управления № 01/14918 от 11.07.2014 г. ООО «еЛама», сообщило, что «принцип действия контекстной рекламы» построен на использовании ключевых слов, на которые в том числе ориентируются и поисковые системы, за основу генерации рекламного текста были взяты статистические данные запросов Яндекс. Данный заголовок был смоделирован в силу технической случайности и использованием семантики (использование ключевых слов) и технологий «шаблоны» рекламной системы». Ключевые слова представляют собой технический параметр (критерий), устанавливаемый рекламодателем в интерфейсе управления рекламной кампанией, которые применяются при показе рекламного объявления пользователю – посетителю сайта. Показ рекламного объявления происходит, в том случае, если в поисковом запросе пользователя встречается заданное рекламодателем ключевое слово.

Позиция ООО «еЛама» заключается в том, что «все объявления Ответчика запускались с текстом, включающим только бренд «REDMOND». Текст чаще всего гласил «Выберите мультиварку REDMOND». Сравнение и реклама других брендов не была предусмотрена условиями договора. Ошибочное упоминание Заявителя возникло вследствие использования технологии шаблонов Яндекс, которая автоматически подставляет ключевую фразу в текст объявления «Ищете...выберите мультиварку REDMOND» при каждом показе объявления по этой фразе. Таким образом, в текст с шаблоном «Ищете... (подразумевается, например, «мультиварку», «недорогую мультиварку» и так далее) непреднамеренно попала вышеуказанная ключевая фраза, поскольку она также имеет в корне слово «мультиварка».

Ответчик в дополнении к отзыву ООО «Технопоиск» от 16 мая 2014 исх. № 10-05,

представленному на заседании Комиссии Управления 24.06.2014 г. (исх. № 16-06 от 23 июня 2014 г.), сообщил, что «в декабре 2013 г. он не давал поручения ООО «еЛама» рекламировать товар Ответчика способом, указанным в заявлении Заявителя, а также не предоставлял ООО «еЛама» содержание рекламы».

Определением № 01/23133 от 06.10.2014 г. об отложении рассмотрения дела № К05-64/14, Комиссия Управления привлекла в качестве Ответчика ООО «еЛама».

ООО «Яндекс» в ответе исх. № 525-08/14 на запрос Управления от 22.07.2014 г. № 01/15851, сообщило, что в отношении рекламного объявления «Ищите www.polaris.ru мультиварки? Выберите мультиварку REDMOND! Доставка по РФ бесплатно! www.multivarka.pro», рекламодателем в порядке ст. 3.3. Оферты на оказание Услуг в системе «Яндекс.Директ» (http://legal.yandex.ru/oferta_direct/) для приведения материалов в готовую форму был использован шаблон для создания однотипных рекламных объявлений. Данный функционал позволил осуществлять автоматическую постановку ключевой фразы, установленной рекламодателем, в заголовок, текст и/или ссылку в рекламном объявлении. При условии, что такая ключевая фраза была использована в составе поискового запроса пользователя в сети Интернет. В соответствии с условиями Оферты, рекламодатель также является и рекламоизготовителем. Так, рекламодатель самостоятельно и в полном объеме несет предусмотренную законодательством ответственность и гарантирует соответствие составленных и предоставленных им для размещения Яндексом рекламных объявлений всем требованиям действующего законодательства.

ООО «Яндекс» представило скриншот веб-интерфейса рекламодателя, содержащий настройки шаблона объявления, согласно которому в заголовок «Ищите...» объявления «Ищите? Выберите мультиварку REDMOND! Доставка по РФ бесплатно! www.multivarka.pro» автоматически подставлялась любая из ключевых фраз из списка, самостоятельно указанных рекламодателем в клиентском интерфейсе, в том числе «мультиварки Поларис», «мультиварки фирмы Polaris», «мультиварки REDMOND или Polaris», «сколько стоит мультиварка Поларис», «www.polaris.ru мультиварки» и иные ключевые слова, включающие упоминание Polaris, при условии, что такая фраза входит в состав поискового запроса, сформированного пользователем. Список указанных ключевых слов также представлен в ответе ООО «Яндекс» вх. № 23554 от 13.10.2014 г.

Также ООО «Яндекс» утверждает что, при использовании шаблона рекламодатель не может установить те ключевые фразы, которые не должны подставляться в заголовок, текст и/или ссылку, содержащуюся в рекламном объявлении. Ключевая фраза подставляется в рекламное объявление в той форме, в которой она была указана рекламодателем в клиентском интерфейсе, при этом такая фраза должна быть грамматически согласована

с текстом рекламного объявления. Таким образом, автоматическое изменение порядка слов, падежей и числа слов при размещении рекламных объявлений с использованием шаблона не производится.

В ответе ООО «еЛама» вх. № 22609 от 30.09.2014 г. указано, что «при формировании текста рекламных объявлений был использован шаблон Яндекс.Директ, приложен скриншот настройки текста объявлений, согласно которому с 14 апреля 2014 г. текст объявления был изменен, в связи с недопустимой информацией по использованию чужого бренда Polaris, в связи с чем с указанной даты были остановлены показы некорректных текстов объявлений».

В заседании Комиссии 06.11.2014 г. представитель ООО «еЛама» сообщил, что ключевые слова, использованные в шаблоне рекламного объявления, были согласованы с ООО «Технопоиск».

ООО «Технопоиск» в заседании Комиссии 06.11.2014 г. представило дополнения к отзыву, в котором сообщило, что «не располагает информацией о ключевых словах, используемых ООО «еЛама» в шаблоне рекламного сообщения. В договоре и/или приложениях к нему подобные слова не устанавливались».

Таким образом, в соответствии с п. 6.3.1. договора № 2013/03/29-7216 от 29 марта 2013 г. на проведение рекламной кампании заключенного между ООО «Технопоиск» и ООО «еЛама», утверждение ключевых слов Заказчиком осуществлялось по электронной почте и/или по средством Веб-интерфейса. ООО «еЛама» подтвердило данную информацию в заседании Комиссии 06.11.2014 г. Перечень согласованных ключевых слов представлен в ответе ООО «еЛама» вх. № 22609 от 30.09.2014 г.

ООО «Технопоиск» сообщило, что информацией о ключевых словах, используемых ООО «еЛама» в шаблоне рекламного сообщения не располагает. ООО «еЛама» несет ответственность за нарушения условий вышеуказанного договора. При этом претензий ООО «Технопоиск» к ООО «еЛама» по проведению рекламной кампании в соответствии с договором № 2013/03/29-7216 от 29 марта 2013 г. до и на момент рассмотрения дела № К05-64/14 не поступало. Условиями указанного договора предусмотрено, что утверждает ключевые слова Заказчик рекламной кампании.

Таким образом, исходя из вышеизложенного, Ответчик знал об использовании ключевых слов («мультиварки Поларис», «мультиварки фирмы Polaris», «мультиварки REDMOND или Polaris», «сколько стоит мультиварка Поларис», «www Polaris ru мультиварки» и иные ключевые слова, включающие упоминание торгового знака «POLARIS») при проведении ООО «еЛама» рекламной кампании.

3.4. Согласно ст. 1474 ГК РФ юридическому лицу принадлежит исключительное право использования своего товарного знака, фирменного наименования в качестве средства индивидуализации любым не противоречащим закону способом (исключительное право на фирменное наименование), в том числе путем его указания на вывесках, бланках, в счетах и иной документации, в объявлениях и рекламе, на товарах или их упаковках.

Согласно ст. 1484 ГК РФ лицу, на имя которого зарегистрирован товарный знак (правообладателю), принадлежит исключительное право использования товарного знака в соответствии со статьей 1229 названного Кодекса 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.

Согласно ч. 2 ст. 1484 ГК РФ 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; 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.

Часть 3 ст. 1484 ГК РФ содержит запрет использования без разрешения правообладателя сходного 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.

Право на использование товарного знака «POLARIS» у ООО «Технопоиск»

отсутствует.

На товарный знак «POLARIS» в тексте рекламного объявления падает логическое ударение и оно несет основную смысловую нагрузку, поскольку стоит в начальной позиции и имеет самостоятельное значение. Поскольку упоминание товарного знака находится в начальной части рассматриваемого рекламного сообщения, на нем акцентируется внимание потребителя, с него начинается прочтение сообщения.

Согласно материалам дела № К05-64/14 Ответчик является заказчиком рассматриваемого рекламного объявления, что им не оспаривается.

Согласно условиям договора № 2013/03/29-7216 от 29 марта 2013 г. на проведение рекламной компании в сети Интернет между ООО «Технопоиск» и ООО «еЛама», Ответчик поручает, а ООО «еЛама» принимает на себя обязанности по проведению рекламной кампании в сети Интернет.

В соответствии с п. 6.3.1 указанного договора ООО «еЛама» несет ответственность за ошибки, допущенные в содержании (тексте) и форме рекламного объявления, отличающегося от содержания (текстов) утвержденных Ответчиком. Утверждение содержания (текстов) осуществляется Заказчиком по электронной почте и/или по средствам Веб-интерфейса. В соответствии с п. 6.3.3 ООО «еЛама» несет ответственность за ошибки, допущенные в ключевых словах, утвержденных Заказчиком по электронной почте и/или по средством Веб-интерфейса.

В заседании Комиссии 06.11.2014 г. представитель ООО «еЛама» сообщил, что ключевые слова, использованные в шаблоне рекламного объявления, были согласованы с ООО «Технопоиск», что было предусмотрено п. 6.3.1 договора № 2013/03/29-7216 от 29 марта 2013 г., заключенного на проведение рекламной кампании между ООО «Технопоиск» и ООО «еЛама». Претензий ООО «Технопоиск» к ООО «еЛама» по проведению рекламной кампании в соответствии с договором № 2013/03/29-7216 от 29 марта 2013 г. до и на момент рассмотрения дела № К05-64/14 не поступало.

Таким образом, в действиях ООО «еЛама» отсутствует нарушение антимонопольного законодательства, в связи с тем, что ключевые слова были согласованы с ООО «Технопоиск», ООО «еЛама» только выполнило условия договора № 2013/03/29-7216 от 29 марта 2013 г. Доказательства обратного Ответчиком не представлены.

Претензии от ООО «Технопоиск», указывающие на ошибки, допущенные ООО «еЛама» при утверждении ключевых слов и в содержании (текстов) рекламных сообщений в материалы дела № К05-64/14 не представлены.

Частью 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции установлен запрет на недобросовестную конкуренцию.

Согласно п. 9 ст. 4 Закона о 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

Согласно положениям статьи 10 bis Конвенция по охране промышленной собственности (Париж 20 марта 1883 года) актом недобросовестной конкуренции считается всякий акт конкуренции, противоречащий честным обычаям в промышленных и торговых делах.

В частности, подлежат запрету ложные утверждения при осуществлении

коммерческой деятельности, способные дискредитировать предприятие, продукты или промышленную или торговую деятельность конкурента. Согласно позиции Конституционного суда РФ, выраженной в определении от 01.04.2008 №450-0-0, определение понятия «недобросовестная конкуренция» приведенное в п. 9 ст. 4 Закона о защите конкуренции, подлежит обширному толкованию и связано с многообразием форм и методов недобросовестной конкуренции, не все из которых могут прямо противоречить законодательству или обычаям делового оборота.

Действия ООО «Технопоиск», связанные с использованием (размещением) в ключевых словах шаблона рекламного объявления товарного знака «POLARIS», с переходом по активной ссылке на сайт ООО «Технопоиск», являются актом недобросовестной конкуренции, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, а также нарушают права Заявителя на использование товарного знака «POLARIS». ООО «Технопоиск» не производит и не реализует товары под товарным знаком «POLARIS», указанный товарный знак используется для привлечения внимания к реализуемой Ответчиком бытовой технике под товарным знаком «REDMOND», информация о которой размещена на сайте www.multivarka.pro. Согласно информационному письму ООО «еЛама» от 13.05.2014 г., ответу ООО «еЛама» вх. № 22609 от 30.09.2014 г., «с 14.04.2014 г. текст объявления был изменен, в связи с обнаружением недопустимой информации по использованию чужого бренда. С указанной даты были остановлены показы некорректных текстов объявлений».

Таким образом, нарушение антимонопольного законодательства устранено в добровольном порядке.

В соответствии с п. 1. ч. 1 ст. 48 Закона о конкуренции, Комиссия прекращает рассмотрение дела о нарушении антимонопольного законодательства в случае добровольного устранения нарушения антимонопольного законодательства и его последствий лицом, совершившим такое нарушение.

Принимая во внимание установленные обстоятельства и руководствуясь ст. 10 bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности, частью 1 статьи 14, статьей 23, частью 1 статьи 39, частями 1 – 3 статьи 41, частью 1 статьи 48, статьей 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия Санкт-Петербургского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать в действиях ООО «Технопоиск» нарушение части 1 статьи 14 Закона о конкуренции, выразившееся в использовании товарного знака «POLARIS» хозяйствующего субъекта-конкурента ООО «Партнер-Энерджи», при проведении рекламной кампании в сети Интернет.
2. Рассмотрение дела № К05-64/14 возбужденного в отношении ООО «Технопоиск» прекратить, в связи с добровольным устранением нарушения антимонопольного законодательства.
3. Рассмотрение дела № К05-64/14 возбужденного в отношении ООО «еЛама» прекратить, в связи с отсутствием в действиях ООО «еЛама» нарушения антимонопольного законодательства.
4. Предписание не выдавать в связи с добровольным устранением ООО «Технопоиск» нарушения антимонопольного законодательства.

Председатель Комиссии П.В. Яковлев

Члены Комиссии И.В. Пойманов
Е.И. Любаева