

РЕШЕНИЕ по делу № 077/05/5-17406/2019 г. Москва Резолютивная часть оглашена 21 октября 2020 года. Изготовлено в полном объеме 17 ноября 2020 года. 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: а, членов Комиссии: ой, ой, рассмотрев дело № 077/05/5-17406/2019, возбужденное в отношении ООО «Амега», относительно распространения в период с 12.09.2019 по 01.10.2019 в системе «Яндекс.Директ» рекламы следующего содержания: «мой гектар — Юго-Запад, 180 км от МКАД ugra.amega-gektar.ru/ Калужская область Киевское шоссе. Готовые коммуникации. Скидка 50% на все участки! Жми! Лучшие цены на рынке. Ближайшее Подмосковье На юге Москвы. Проектная декларация на рекламируемом сайте...»; «большая земля — Юго-Запад, 180 км от МКАД ugra.amega-gektar.ru/ Калужская область Киевское шоссе. Готовые коммуникации. Скидка 50% на все участки! Жми! Лучшие цены на рынке. Ближайшее Подмосковье. На юге Москвы. Проектная декларация на рекламируемом сайте...» с признаками нарушения пункта 1 части 2, пунктов 1, 7, 20 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), в присутствии представителя ООО «ФОРСАЙТ» в лице (по доверенности № 11 от 21.07.2020), в отсутствие представителей ООО «Амега», ООО «Яндекс», (уведомлены надлежащим образом), УСТАНОВИЛА: Дело № 077/05/5-17406/2019 возбуждено в отношении ООО «Амега» на основании заявления ООО «ФОРСАЙТ» по факту распространения в период с 12.09.2019 по 01.10.2019 в системе «Яндекс. Директ» рекламы следующего содержания: «мой гектар — Юго-Запад, 180 км от МКАД ugra.amega-gektar.ru/ Калужская область Киевское шоссе. Готовые коммуникации. Скидка 50% на все участки! Жми! Лучшие цены на рынке. Ближайшее Подмосковье На юге Москвы. Проектная декларация на рекламируемом сайте...»; «большая земля — Юго-Запад, 180 км от МКАД ugra.amega-gektar.ru/ Калужская область Киевское шоссе. Готовые коммуникации. Скидка 50% на все участки! Жми! Лучшие цены на рынке. Ближайшее Подмосковье. На юге Москвы. Проектная декларация на рекламируемом сайте...». Не установив оснований для отложения или приостановления 2 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 «Амега» является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 01.10.2018 за основным государственным регистрационным номером 1187746842106, ИНН/КПП 7725497865/772501001. 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 ООО «Яндекс», при размещении указанной рекламы в качестве ключевых слов использовались в том числе слова «мой гектар», «большая земля», а также использовалась гиперссылка http://ugra.amega-gektar.ru/?utm_source=yandex&utm_medium=cpc&utm_campaign=poisk1&type={source_type}&source={source}&block={position_type}&position={position}&utm_term={keyword}, адресовавшая пользователей на сайт в сети Интернет по адресу ugra.amega-gektar.ru. Московским УФАС России установлено, что администратором сайта ugra.amega-gektar.ru является Михайлов А.В. - генеральный директор ООО «Амега». Таким образом, в настоящем случае объектом рекламирования являются услуги ООО «Амега», связанные с земельными участками. На основании изложенного рассматриваемая информация является рекламой, что сторонами по делу не оспаривается. В соответствии с пунктом 7 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной 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 соответствии с пунктом 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара. Московским УФАС России установлено, что «Большая земля» и «Мой гектар» являются охраняемыми элементами комбинированных товарных знаков ООО «ФОРСАЙТ» по свидетельствам № 631750 и № 699586 соответственно. ООО «ФОРСАЙТ» предоставляет различные услуги, связанные с земельными участками, при этом не является рекламодателем рассматриваемой рекламы и не предоставляло права третьим лицам, в частности ООО «Амега», использовать собственные товарные знаки в данной рекламе. При этом, учитывая, что реклама направлена на привлечение внимания к услугам ООО «Амега», использование в ее тексте средств индивидуализации, принадлежащих заявителю, вводит в заблуждение потребителей рекламы в связи с тем, что потенциальный клиент, кликнув на рекламу в целях ознакомления с услугами ООО «ФОРСАЙТ», перейдет на сайт, на котором осуществляет деятельность ООО «Амега». На заседании Комиссии представитель ООО «ФОРСАЙТ» поддержал доводы заявления. В материалы дела представлены письменные пояснения ООО «Амега», согласно которым Общество считает правомерным использование спорных обозначений в тексте рекламы, поскольку слова «гектар» и «земля» являются общеупотребительными, а товарные знаки заявителя представляют собой характерные изображения, в которые интегрированы данные слова. При этом использование указанных слов вне их визуального воплощения не является запрещенным. В свою очередь, в рамках производства по делу Московским УФАС России был направлен запрос информации в Федеральную службу по интеллектуальной собственности (далее — Роспатент) с приложением изображения спорной рекламы, в ответ на который представлены Справки по вопросу, сформулированному в запросе заместителя руководителя УФАС по г. Москве а от 07.07.2020 № ПО/38188/20 (далее — Справки), подготовленные ФГБУ «Федеральный институт промышленной собственности» (далее — ФИПС) от 18.08.2020. Согласно указанным Справкам ФИПС в результате проведенного исследования

установлено, что представленные обозначения (большая земля, мой гектар) являются сходными до степени смешения с товарными знаками по свидетельствам № 631750 и № 699586, поскольку ассоциируются с ними в целом в силу фонетического и семантического тождества словесных элементов 4 «большая земля»/«Большая Земля», «мой гектар»/«МОЙ ГЕКТАР». Учитывая изложенное, а также принимая во внимание контекст рекламы, связанный с товарным рынком — реализацией земельных участков, указание в рекламе товарных знаков, известных и используемых на том же товарном рынке, где осуществляется рекламируемая деятельность, ведет к распространению недостоверных сведений о лице, оказывающем услуги, поскольку вводит потребителей в заблуждение о причастности к рекламе заявителя. Согласно пункту 1 части 2 статьи 5 Закона о рекламе недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. Согласно пункту 9 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» необходимо учитывать, что при сравнении в рекламе собственных товаров с товарами конкурентов не допускается сравнение, основанное на несопоставимых критериях, или неполное сравнение товаров, поскольку это искажает представление о рекламируемом товаре и не позволяет объективно оценить его свойства. Согласно пункту 29 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» о рекламе информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами. В тексте спорной рекламы использовалась фраза «Лучшие цены на рынке», без указания конкретных критериев сравнения и в отсутствие каких-либо подтверждающих факторов, что свидетельствует о нарушении пункта 1 части 2, пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе. Таким образом, распространенная в период с 12.09.2019 по 01.10.2019 в системе «Яндекс. Директ» реклама: «мой гектар — Юго-Запад, 180 км от МКАД ugra.amega-gektar.ru/ Калужская область Киевское шоссе. Готовые коммуникации. Скидка 50% на все участки! Жми! Лучшие цены на рынке. Ближайшее Подмосковье На юге Москвы. Проектная декларация на рекламируемом сайте...»; «большая земля — Юго-Запад, 180 км от МКАД ugra.amega-gektar.ru/ Калужская область Киевское шоссе. Готовые коммуникации. Скидка 50% на все участки! Жми! Лучшие цены на рынке. Ближайшее Подмосковье.

На юге Москвы. Проектная декларация на рекламируемом сайте...» содержит признаки нарушения пункта 1 части 2, пункта 1, 7, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении недостоверной рекламы, которая содержит не соответствующие действительности сведения о средствах индивидуализации товара, об изготовителе или о продавце рекламируемого товара; рекламы, содержащей некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами, а также не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами. В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе за нарушение положений пункта 1 части 2, пунктов 1, 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 «Яндекс», рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Амега». Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях ООО «Амега» при распространении рекламы в системе «Яндекс.Директ», установлено нарушение пункта 1 части 2, пунктов 1, 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 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 «Амега» предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а ООО «Яндекс» выдать предписание о прекращении распространения рекламы ООО «Амега», нарушающей Закон 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

Федерации о рекламе, Комиссия РЕШИЛА: 1. Признать ООО «Амега» нарушившим требования пункта 1 части 2, пунктов 1, 7, 20 части 3 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в период с 12.09.2019 по 01.10.2019 в системе «Яндекс. Директ» рекламы: «мой гектар — Юго-Запад, 180 км от МКАД ugra.amega-gektar.ru/ Калужская область Киевское шоссе. Готовые коммуникации. Скидка 50% на все участки! Жми! Лучшие цены на рынке. Ближайшее Подмосковье На юге Москвы. Проектная декларация на рекламируемом сайте...»; «большая земля — ЮгоЗапад, 180 км от МКАД ugra.amega-gektar.ru/ Калужская область Киевское шоссе. Готовые коммуникации. Скидка 50% на все участки! Жми! Лучшие цены на рынке. Ближайшее Подмосковье. На юге Москвы. Проектная декларация на рекламируемом сайте...». 2. Выдать ООО «Амега» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. 3. Выдать ООО «Яндекс» предписание о прекращении распространении рекламы с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе. 7 Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации. Председатель Комиссии Члены Комиссии а а