

РЕШЕНИЕ

по делу № К01-153/14

Резолютивная часть решения оглашена 24 декабря 2014 года

Полный текст решения изготовлен 16 января 2015 года

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дела № К01-153/14 о нарушении антимонопольного законодательства в составе:

Председатель Комиссии

Тукаев В.А. – заместитель руководителя Управления.

Члены Комиссии:

Никитина М.Ф. – начальник отдела антимонопольного
контроля хозяйствующих субъектов и рекламы,

Канева Г.Л. – специалист-эксперт отдела антимонопольного
контроля хозяйствующих субъектов и рекламы

рассмотрев дело № К01-153/14, возбужденное по признакам нарушения ООО «ЕвроЛюкс Групп» (196084, Санкт-Петербург, ул. Коли Томчака, д. 28, лит. А, каб. 206) части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции), выразившемся в использовании товарного знака «СовПлим» посредством сервисов Яндекс.Директ Google Adword, которая может причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации,

УСТАНОВИЛА:

1. В Санкт-Петербургское УФАС России поступило заявление ЗАО «СовПлим» (далее Заявитель) на действия ООО «ЕвроЛюкс групп», выразившимся в незаконном использовании товарного знака «СовПлим» посредством сервиса Яндекс.Директ, Google Adword.

Заявитель является обладателем исключительного права на товарный знак «СовПлим» зарегистрированный в государственном реестре товарных знаков и знаков обслуживания, что подтверждается Свидетельством на товарный знак № 151301. ООО «Евро Люкс групп» разместило в поисковых системах сервиса www.mail.ru, www.google.ru, www.rambler.ru, www.yandex.ru информацию, используя в качестве основного поискового словесного обозначения, товарный знак «СовПлим».

ЗАО «СовПлим» считает, что действия Ответчика приводят к потере потенциальных клиентов, что приводит к потере доли на рынке и как следствие падение выручки компании, что в свою очередь не дает возможности выделять средства на развитие компании, внедрение новых технологий, расширение территорий присутствия, выхода на новые рынки, что в конечном итоге приводит к падению имиджа компании.

2. Позиция ООО «ЕвроЛюкс групп», изложенная в письме вх. №23456 от 10.10.2014г. и в заседаниях Комиссии Санкт-Петербургского УФАС России, заключается в следующем.

В текстах рекламных объявлений, размещенных ООО «ЕвроЛюкс групп» в системах контекстной рекламы Яндекс.Директ Google Adword нет упоминания о товарном знаке «СовПлим».

В заседании Комиссии представитель Ответчика пояснил, что ООО «ЕвроЛюкс Групп» заключило договор № 115-р14 от 30.06.2014г. с ООО «Сайлтекс» на предмет размещения предоставленных и/или созданных информационных материалов на Интернет ресурсах третьих лиц. Таким образом, ООО «Сайлтекс» на основании договора с ООО «ЕвроЛюкс групп» размещало на интернет ресурсах в системах контекстной рекламы Яндекс.Директ Google Adword созданную/предоставленную информацию и разместило следующую контекстную рекламу: «СовПлим? Звоните в ЕвроЛюкс!...». После обнаружения Ответчиком данной контекстной рекламы с товарным знаком «СовПлим», она была удалена с интернет ресурсов. Договор с ООО «Сайлтекс» расторгнут.

3. Материалами дела № К01-153/14 установлено следующее.

3.1. Согласно Уставу ЗАО «СовПлим», выписке из ЕГРЮЛ №533861 от 01.10.2014г., основным видом деятельности Заявителя является выполнение строительно-монтажных работ по устройству внутренних инженерных систем вентиляции, кондиционирования воздуха, систем пневмотранспорта, аспирации, электротехнических установок и средств автоматизации.

Согласно Уставу ООО «ЕвроЛюкс групп», выписке из ЕГРЮЛ №181964В-1/2014 от 28.08.2014г., а также размещенной на официальном сайте ООО «ЕвроЛюкс групп» www.euroluxspb.ru/, основным видом деятельности Ответчика является проектирование, поставка, монтаж и обслуживания систем местной вытяжной вентиляции и очистки воздуха в различных сферах производств, таких как сварочные и металлообрабатывающие производства, приборостроение,

станкостроение.

Таким образом, Заявитель и Ответчик являются конкурентами на рынке по проектированию, поставке, монтажу систем вентиляции.

3.2 Письмом № 23874 от 16.10.2014г. ООО «Яндекс» пояснило, что информация «СовПлим? Звоните в Евролюкс!...» содержащее ссылку на Веб-сайт www.euroluxspb.ru размещало в системе Яндекс.Директ в период с 28.08.2014г. по 05.09.2014г. Размещение информации осуществлялось на основании Договора комиссии №12953/10 от 01.03.2010г., заключенного между ООО «Яндекс» и ООО «КонтекстМедиа» на предмет того, что ООО «Яндекс» поручает, а ООО «КонтекстМедиа» обязуется совершать сделки с третьими лицами – рекламодателями на оказание услуг, связанных с размещением в сети интернет рекламных материалов в соответствии с условиями договора. Согласно п. 2 Приложения 2.1 к Договору комиссии между ООО «Яндекс» и ООО «КонтекстМедиа» оказание услуги Яндекс.Директ осуществляется на условия документа «Оферта на оказание услуг Яндекс.Директ». Согласно п. 3.3 Оферты рекламодатель самостоятельно осуществляет подбор ключевых слов. Согласно данным сервиса Яндекс.Директ для показа информации (рекламы) были выбраны следующие слова: «СовПлим», «sovplim», «sovplin». Согласно статистике ООО «Яндекс» количество совершенных пользователями кликов по вышеуказанной ссылке в размещаемый период составила 28 раз.

В тоже время, ООО «Гугл» письмом от 22.10.2014г. № 24365 пояснило, что договоры на размещение клиентами информации в AdWords заключаются на стандартных условиях, которые доступны на сайте www.adwords.google.com. Условия являются типовыми и представляют собой оферту ООО «Гугл» на заключение договора. При этом ООО «Гугл» установлено, что ООО «КонтекстМедиа» размещало объявление со схожей формулировкой со ссылкой на веб-сайт www.euroluxspb.ru.

ООО «КонтекстМедиа» письмом №25395 от 06.11.2014г. сообщило, что заказ на размещение контекстной рекламы (информации) для доменного имени www.euroluxspb.ru на информационных порталах Яндекс, Гугл сделан от ООО «ЕвроЛюксГрупп».

Главное управление министерства внутренних дел Российской Федерации по г. Санкт-Петербургу и Ленинградской области письмом вх. №26121 от 13.11.2014г. пояснило, что администратором доменного имени www.euroluxspb.ru, ссылка на который указана в рекламе, размещенной посредством сервиса Яндекс.Директ, Google AdWords и содержащей недостоверную информацию «СовПлим? Звоните в Евролюкс!...», является ООО «ЕвроЛюкс групп», что также было подтверждено в заседании Комиссии представителем ООО «ЕвроЛюкс групп».

Таким образом, ООО «ЕвроЛюкс групп» разместило посредством сервиса Яндекс.Директ, Google AdWords рекламу «СовПлим? Звоните в Евролюкс!...» с использованием товарного знака «СовПлим», что противоречит обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности и создало преимущественные условия для осуществления деятельности и может привести к причинению убытков и нанесению ущерба деловой репутации конкурирующего хозяйствующего субъекта.

3.4 Согласно материалам дела К01-153/14 ООО «ЕвроЛюкс групп» посредством сервиса Яндекс.Директ Google AdWords разместило рекламу «СовПлим? Звоните в ЕвроЛюкс!...». Указанная информация с содержанием товарного знака «СовПлим» могла ввести в заблуждение потенциальных потребителей, относительно потребительских свойств и качества товара, а также могла причинить убытки и нанести ущерб деловой репутации хозяйствующему субъекту-конкуренту ЗАО «СовПлим».

Согласно части 1 статьи 14 Закона о защите конкуренции, установлен запрет на недобросовестную конкуренцию, которая может причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации.

Пунктом 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции дано определение понятия «недобросовестная конкуренция» в соответствии, с которым: «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».

В соответствии с частью 6 статьи 1252 ГК РФ, если различные средства индивидуализации (фирменное наименование, товарный знак, знак обслуживания, коммерческое обозначение) оказываются тождественными или сходными до степени смешения и в результате такого тождества или сходства могут быть введены в заблуждение потребители и (или) контрагенты, преимущество имеет средство индивидуализации, исключительное право на которое возникло ранее. Владелец такого исключительного права может в порядке, установленном настоящим Кодексом, требовать признания недействительным предоставления правовой охраны товарному знаку (знаку обслуживания) либо полного или частичного запрета на использование фирменного наименования или коммерческого обозначения.

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.

Таким образом, действия ООО «ЕвроЛюкс групп», по размещению на портале Яндекс.Директ, Google AdWords рекламы «СовПлим? Звоните в ЕвроЛюкс!...» с использованием товарного знака «СовПлим», противоречит обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости, могут причинить убытки и нанести ущерб деловой репутации хозяйствующему субъекту - конкуренту.

Согласно материалам дела К01-153/14, по состоянию на 24.12.2014г., ООО «ЕвроЛюкс групп» устранило нарушение, удалив рекламу «СовПлим? Звоните в ЕвроЛюкс!...» с использованием товарного знака «СовПлим» с сервисов Яндекс.Директ, Google AdWords.

Согласно пункту 1 части 1 статьи 48 Закона о защите конкуренции Комиссия прекращает рассмотрения дела о нарушении антимонопольного законодательства в случае добровольного устранения нарушения антимонопольного законодательства, лицом, совершившим нарушение. Согласно части 2 статьи 48 решение о прекращение рассмотрения дела должна содержать сведения об устранении факта нарушения Ответчиком антимонопольного законодательства.

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 – 4 статьи 41, статьей 49 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», Комиссия Санкт-Петербургского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать в действиях ООО «ЕвроЛюкс групп» нарушение части 1 статьи 14 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившееся в использовании товарного знака «СовПлим» посредством сервисов Яндекс.Директ Google Adword, что могло привести к причинению убытков и нанесению ущерба деловой репутации хозяйствующему субъекту – конкуренту ЗАО «СовПлим» и противоречит обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности.
2. Прекратить рассмотрение дела К01-153/14, в связи с добровольным устранением нарушения антимонопольного законодательства.
3. Предписание не выдавать, в связи с добровольным устранением нарушения антимонопольного законодательства.

Председатель Комиссии

В.А. Тукаев

Члены Комиссии

М.Ф. Никитина

Г.Л. Канева

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