ООО «Стокист»

Московский проспект, д. 158,

литера Б, помещение 155-160,

163, Санкт-Петербург, 196105

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

по делу № 08/04/14.33-12/2019

об административном правонарушении

«20» мая 2019 г. г. Москва

Я, заместитель руководителя ФАС России Фесюк Д.В., рассмотрев протокол и материалы дела № 08/04/14.33-10/2019 об административном правонарушении, возбужденного в отношении ООО «Стокист» (96105, Санкт-Петербург, Московский просп., д. 158, литера Б, пом. 155-160, 163; ОГРН 1089847366289, ИНН 7810530930),

У С Т А Н О В И Л:

Решением Комиссии ФАС России от 10.08.2018 № 08/62903/18 о нарушении антимонопольного законодательства действия ООО «Стокист» (196105, Санкт-Петербург, Московский просп., д. 158, литера Б, пом. 155-160, 163; ОГРН 1089847366289, ИНН 7810530930), выразившиеся во введении в гражданский оборот на территории Российской Федерации женских гигиенических прокладок «DaySpa Ultra», имитирующих женские гигиенические прокладки «Always Ultra» производства Компании Дзе Проктер энд Гэмбл Компани (The Procter & Gamble Company), нарушающими пункт 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее - Закон «О защите конкуренции»).

В Федеральную антимонопольную службу поступило заявление Компании Дзе Проктер энд Гэмбл Компани (The Procter & Gamble Company) и ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» (далее – Заявители) о нарушении антимонопольного законодательства со стороны ООО «Стокист» (далее – Ответчик), выразившемся в недобросовестной конкуренции, связанной с введением в гражданский оборот на территории Российской Федерации женских гигиенических прокладок «DaySpa Ultra».

Заявители входят в международную группу компаний Procter&Gamble, осуществляющую деятельность в области производства и реализации потребительских товаров, в том числе женских гигиенических прокладок «Always

Ultra»

Компании Дзе Проктер энд Гэмбл Компани (The Procter & Gamble Company) принадлежат исключительные права на товарный знак ALWAYS по свидетельству № 82738, зарегистрированный 28.03.1988 с датой приоритета 18.08.1987 в отношении товаров 05 класса МКТУ (в том числе менструальные прокладки и защитные прокладки).

Продукция Заявителей широко известна российским потребителям. Компания Дзе Проктер энд Гэмбл Компани начала свою деятельность на российском товарном рынке с 1991 года. Документально подтвержденные сведения о введении в гражданский оборот продукции под брендами «Always» относятся к 2006 году. Однако получение Заявителями гигиенических сертификатов и сертификата соответствия относится к периоду 1997-1999 годам. Гигиеническое заключение и сертификат соответствия на средства женской гигиены под брендом «Always» получены Заявителями в 2000 году. Таким образом, можно сделать вывод, что продукция Заявителей под брендами «Always» известна на российском товарном рынке значительный период времени, превышающий 10 лет.

Также Заявителями представлены обобщенные сведения о многомиллионных затратах, понесенных Заявителями в целях продвижения и рекламирования товаров под брендами «Always», включающие в себя затраты на размещение рекламных материалов на телевизионных каналах на территории России, в сети Интернет, в печатных изданиях, а также на проведение специальных проектов по размещению рекламы.

Ответчик зарегистрирован в качестве юридического лица 18.09.2008 с указанием в виде основного вида деятельности – 46.49 Торговля оптовая прочими бытовыми товарами.

Ответчику принадлежат исключительные права на товарный знак DAYSPA по свидетельству № 421177, зарегистрированный 22.10.2010 с датой приоритета 31.08.2009 в отношении товаров 03 и 05 классов МКТУ (в том числе прокладки гигиенические женские).

Как следует из представленных образцов продукции, а также из информации, размещенной на Интернет-сайте www.stokist.ru, Ответчик заказывает производство и вводит в гражданский оборот различные виды потребительских товаров, в том числе женские гигиенические прокладки «DaySpa Ultra».

Таким образом, Заявители и Ответчик являются хозяйствующими субъектами – конкурентами.

В подтверждение своих доводов Заявителями представлено заключение от 05.12.2016 № 241-2016, составленное лабораторией социологической экспертизы ФГБУН Институт социологии РАН по результатам социологического опроса, согласно которому, с точки зрения потребителей женских гигиенических прокладок, внешний вид товара, его дизайн и размер упаковки, цветовую гамму и иное оформление упаковки «DaySpa Ultra Super» имитирует внешний вид товара «Always Ultra». Об этом свидетельствуют следующие показатели: абсолютное большинство (62%) потребителей полагают, что тестируемые упаковки похожи по внешнему виду, респонденты указывают такие элементы упаковок, как сочетание

цветов (74%), расположение картинок, рисунков и графических элементов (74%) на них, а также общий вид лицевой стороны упаковки (73%), картинки, рисунки и иные графические элементы на упаковке (70%) и шрифт названий (62%) в качестве схожих. Существенная часть опрошенных (27%) допускает возможность ошибки при покупке товара, в результате которой они могли бы купить товар в упаковке «DaySpa Ultra Super» вместо товара в упаковке «Always Ultra», если тестируемые товары будут находиться рядом на одной полке.

Значительная часть респондентов готова приобретать женские гигиенические прокладки из разных ценовых сегментов. Так, подавляющее большинство (75%) тех, кто считает для себя приемлемой цену до 60 рублей, считают также приемлемой цену в диапазоне от 61 до 99 рублей, подавляющее большинство (87%) тех, кто считает приемлемой цену от 100 до 150 рублей, считают также приемлемой цену от 61 до 99 рублей, а подавляющее большинство тех, кто считает приемлемой цену более 150 рублей, считают для себя также приемлемой цену от 61 до 99 рублей (70%) и от 100 до 150 рублей (95%). При этом цена – это один из решающих факторов при принятии решения о приобретении женских гигиенических прокладок (71%), который является более важным, например, чем известность производителя (23%).

С точки зрения потребителей женских гигиенических прокладок внешний вид товара, его дизайн, цветовую гамму и иное оформление лицевой стороны упаковки «DaySpa Ultra» имитирует внешний вид товара «Always Ultra». Об этом свидетельствуют следующие показатели: существенная часть опрошенных (40%) полагают, что тестируемые упаковки похожи по внешнему виду, при этом общий вид лицевой стороны упаковок указанных товаров находят схожими 53% респондентов. Респонденты указывают такие элементы упаковок, как сочетание цветов (69%), расположение картинок, рисунков и графических элементов (57%), а также шрифт (68%) на них в качестве схожих. Существенная часть опрошенных (19%) допускает возможность ошибки при покупке товара, в результате которой они могли бы купить товар в упаковке «DaySpa Ultra» вместо товара в упаковке «Always Ultra», если тестируемые товары будут находиться рядом на одной полке.

Таким образом, для того, чтобы найти на полке магазина знакомые гигиенические прокладки, респонденты чаще всего ориентируются на название марки, сочетание цветов упаковки, а также на картинки и рисунки на лицевой стороне упаковки.

Комиссия ФАС России полагает необходимым руководствоваться пунктом 7.1.2.2 Руководства по осуществлению административных процедур и действий в рамках предоставления государственной услуги по государственной регистрации товарного знака, знака обслуживания, коллективного знака и выдаче свидетельств на товарный знак, знак обслуживания, коллективный знак, их дубликатов, утвержденных приказом Федеральной службы по интеллектуальной собственности (Роспатент) от 24.07.2018 № 128, согласно которому при определении сходства изобразительных и объемных обозначений наиболее важным является первое впечатление, так как именно оно наиболее близко к восприятию товарных знаков потребителями, уже приобретавшими такой товар. Следовательно, если при первом впечатлении сравниваемые обозначения представляются сходными, а последующий анализ выявит отличие обозначений за счет расхождения отдельных элементов, то при оценке сходства обозначений целесообразно руководствоваться первым впечатлением.

Кроме того, 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.

Необходимо учитывать, что средство для мытья посуды, внешний вид которой оценивался Комиссией ФАС России в ходе рассмотрения дела, относится к товарам повседневного спроса, как правило, располагается на магазинной полке рядом с другими товарами соответствующей товарной категории и относится к товарам низкой ценовой категории.

То есть продукция Заявителей и Ответчика относится к такой категории товаров, при покупке которых потребитель не склонен проявлять повышенную степени внимательности и осмотрительности, затрачивает на их выбор минимальное время и приобретает их в основном по привычке, основываясь на предыдущем опыте покупки и руководствуясь уже имеющимся впечатлением от внешнего вида товара. На эти же аспекты поведения потребителей при совершении бытовых покупок указывали участники заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции при Федеральной антимонопольной службе (протокол от 21.05.2018 № 1, вопросы 3-5).

При таких условиях добросовестный производитель стремится к максимальной непохожести своего товара на аналогичный товар конкурента, стараясь избежать возникновения смешения конкурирующих между собой товаров.

Парное сравнение предметов личной гигиены для женщин «DaySpa Ultra Super» и «Always Ultra» показывает, что все составляющие оформления товара «Always Ultra» повторены в товаре «DaySpa Ultra» и «DaySpa Ultra Super»: композиционное построение (центральная часть упаковки выделена контрастным цветом (синим или бирюзовым), на нее нанесено наименование товара), цветовое сочетание (ярко розовый цвет в сочетании с блеклым синим или бирюзовым), шрифт исполнения наименования товара.

В ходе рассмотрения дела Ответчиком был представлен товар «DaySpa Ultra Dry» в «новом» дизайне. Изменения, внесенные в оформление данного товара, также весьма незначительны и поверхностны.

Продукция Заявителей под брендом «Always» известна на российском товарном рынке значительный период времени, превышающий 10 лет.

Заявителями осуществлены существенные затраты в целях продвижения и рекламирования товаров под брендом «Always», включающие в себя затраты на размещение рекламных материалов на телевизионных каналах на территории России, в сети Интернет, в печатных изданиях, а также на проведение специальных проектов по размещению рекламы. Так, согласно имеющемуся в материалах дела письму ООО «Паблисиз Групп Медиа Евразия» от 28.04.2017 № 10 рекламные затраты на продвижение женских гигиенических прокладок «Always» в 2015 году – 211 млн. рублей, в 2016 году – более 282 млн. рублей/

Вместе с тем, продукция Ответчика на соответствующих товарных рынках Российской Федерации появилась значительно позже, чем продукция Заявителей. В материалах дела полностью отсутствуют сведения о затратах, понесенных Ответчиком в связи с продвижением и рекламированием своих товаров.

Заседание Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции при Федеральной антимонопольной службе состоялось 20.04.2018.

Согласно пункту V протокола от 21.05.2018 № 1 Экспертный совет по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции при Федеральной антимонопольной службе пришел к следующим выводам:

1. Отметить, что потребитель при совершении 90% бытовых покупок, включая средства для мытья посуды и средства личной гигиены, осуществляет их по привычке, обращая внимание на цвет, форму, изображение, символы и надписи.

2. Указать, что продукция ООО «Стокист» является сходной с продукцией The Procter & Gamble Company в целом, несмотря на отдельные отличия, за счет общего зрительного впечатления (копирования цветового решения дизайна, схожих изобразительных элементов).

3. Обратить внимание, что бизнес-модель ООО «Стокист» характеризуется подражанием дизайнам наиболее ходовых позиций товаров разных производителей в разных категориях товаров.

4. Признать возможность смешения на рынке при введении в оборот товаров ООО «Стокист» и Компании The Procter & Gamble Company.

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.

Таким образом, Комиссия ФАС России приходит к выводу, что все признаки недобросовестной конкуренции, содержащиеся в пункте 9 части 4 Закона «О защите конкуренции», присутствуют в действиях Ответчика:

1. Направленность на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности выразилось во введении в гражданский оборот на территории Российской Федерации средств личной гигиены для женщин «DaySpa Ultra» и «DaySpa Ultra Super», имитирующих оформление средств личной гигиены для женщин «Always Ultra», что способно привести к смешению с товарами Заявителя, результатом чего является ошибочный выбор потребителя при приобретении товара, когда он принимает товар одного производителя за товар другого производителя, либо полагает, что оба товара производит одно лицо.

2. Противоречие законодательству выражается в нарушении статьи 10.bis Парижской конвенции по охране промышленной собственности от 20.03.1883, запрещающей 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.

3. Указанные действия Ответчика способны причинить убытки Заявителю, поскольку создание смешения на рынке влечет отток потребительского спроса от товаров Заявителя к товарам конкурента, оформление которого имитирует элементы оформления товаров Заявителя, и, как следствие, уменьшение прибыли, на которую мог бы рассчитывать Заявитель при обычных условиях гражданского оборота. Кроме того, Заявитель не получает ожидаемой отдачи от понесенных им затрат на развитие и продвижение своего бренда, поскольку за счет вложенных средств осуществляется также и продвижение товара конкурента.

Согласно пункту 2 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 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.

Под имитацией внешнего вида товара понимается своеобразное подражание товару конкурента с целью создания у покупателей впечатления о принадлежности таких товаров линейке имитируемых товаров.

Таким образом, оценив в совокупности все имеющиеся в деле доказательства и обстоятельства, установленные в ходе рассмотрения дела, Комиссия ФАС России пришла к выводу, что является установленным, что действия Ответчика гражданский оборот на территории Российской Федерации средств женской гигиены «DaySpa Ultra» и «DaySpa Ultra Super» приводят к смешению со средствами женской гигиены «Always Ultra» Заявителя в связи с использованием дизайнерских решений, используемых при оформлении продукции Заявителя. При этом Ответчик имеет возможность продавать свою продукцию по ценам, ниже цен на продукцию Заявителей, в связи с отсутствием необходимость нести затраты на продвижение своей продукции, используя сложившуюся за долгие годы присутствия на российском рынке репутацию Заявителей и высокую степень узнаваемости имитируемых товаров, сформированную за счет широкомасштабной рекламной компании по продвижению рассматриваемых товаров Заявителей.

Согласно части 1 статьи 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) недобросовестная конкуренция, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, за исключением случаев, предусмотренных статьей 14.3 настоящего Кодекса и частью 2 настоящей статьи, влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Субъектом административного правонарушения является ООО «Стокист».

В соответствии с частью 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых КоАП РФ или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Пунктом 16.1 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» при рассмотрении дел об административных правонарушениях следует учитывать, что понятие вины юридических лиц раскрывается в части 2 статьи 2.1 КоАП РФ. При этом в отличие от физических лиц в отношении юридических лиц КоАП РФ формы вины (статья 2.2 КоАП РФ) не выделяет.

Следовательно, и в тех случаях, когда в соответствующих статьях Особенной части КоАП РФ возможность привлечения к административной ответственности за административное правонарушение ставится в зависимость от формы вины, в отношении юридических лиц требуется лишь установление того, что у соответствующего лица имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению (часть 2 статьи 2.1 КоАП РФ).

Анализ имеющихся в деле материалов позволяет сделать вывод, что обстоятельства, вызванные объективно непреодолимыми либо непредвиденными препятствиями, находящимися вне контроля хозяйствующего субъекта, при соблюдении той степени осмотрительности и добросовестности, которая требовалась от него в целях исполнения требований, установленных пунктом 2 статьи 14.6 Закона «О защите конкуренции», отсутствовали.

В рассматриваемом случае вина ООО «Стокист» выразилась в непринятии всех зависящих от него мер по соблюдению установленных пунктом 2 статьи 14.6 Закона «О защите конкуренции» требований.

Согласно правовой позиции Конституционного Суда Российской Федерации, изложенной в определении № 349-О от 05.11.2003, установление мер юридической ответственности является исключительной прерогативой законодателя, следовательно, применение конкретной меры ответственности с учетом принципа справедливости, соразмерности, характера совершенного правонарушения, степени вины правонарушителя и других обстоятельствах может быть только в пределах санкции, установленной законом.

В рассматриваемом случае ООО «Стокист» могло (имело реальную возможность) обеспечить соблюдение требований антимонопольного законодательства, но не приняло к тому разумных и адекватных мер, не проявило должную степень заботливости и осмотрительности, не организовало соответствующий контроль за соблюдением нормативных требований.

Отсутствие должного контроля за соблюдением антимонопольного законодательства и необходимой предусмотрительности уже свидетельствует о пренебрежительном отношении ООО «Стокист» к формальным требованиям

публичного порядка.

У ООО «Стокист» имелась возможность не вводить в гражданский оборот на территории Российской Федерации женские гигиенические прокладки «DaySpa Ultra» и «DaySpa Ultra Super», имитирующеие женские гигиенические прокладки «Always Ultra» производства Компании Дзе Проктер энд Гэмбл Компани (The Procter & Gamble Company). Таким образом, вина ООО «Стокист» в совершенном административном правонарушении установлена.

Факт совершения административного правонарушения подтверждается решением Комиссии ФАС России от 10.08.2018 по делу № 1-14-74/00-08-17 о нарушении антимонопольного законодательства, протоколом об административном правонарушении от 19.04.2019 № 08/04/14.33-12/2019, а также другими материалами дела.

Законность и обоснованность решения Комиссии ФАС России от 10.08.2018 по делу № 1-14-74/00-08-18 была подтверждена вступившим в законную силу решением Арбитражного суда города Москвы от 21.12.2018 по делу № А40-243596/2018.

В ходе рассмотрения дела об административном правонарушении представитель ООО «Стокист» просил объединить дела об административных правонарушениях №№ 08/04/14.33-7/2019, 08/04/14.33-10/2019, 08/04/14.33-12/2019 в одно производство, по причине невозможности множественного привлечения лица к административной ответственности за одно и то же правонарушение, что противоречит части 5 статьи 4.1 КоАП РФ.

Данный довод мотивирован представителем ООО «Стокист» тем, что объективной стороной рассматриваемого правонарушения является осуществление хозяйствующим субъектом-конкурентом предпринимательской деятельности, его экономические интересы и деловая репутация.

В связи с этим именно деловая репутация, а не средство индивидуализации подлежит защите в делах о недобросовестной конкуренции, поскольку целью акта недобросовестной конкуренции является именно деловая репутация хозяйствующего субъекта-конкурента.

Правообладателем товарных знаков «Fairy» ,«Naturella Classic», «Always Ultra» является один и тот же хозяйствущий субъект-конкурент Компания Дзе Проктер энд Гэмбл Компани. Посягательство совершено ООО «Стокист» в отношении объектов интеллектуальной собственности одного правообладателя, в связи с чем ООО «Стокист» полагает невозможным множественное привлечение к административной ответственности.

Данный довод является безосновательным в связи со следующим.

Объектом правонарушения являются предусмотренные законом и охраняемые им ценности, которым противоправными действиями причиняется ущерб. Объектом правонарушения, запрет на которое установлен статьей 14.33 КоАП РФ, является добросовестная конкуренция.

Недобросовестной конкуренцией являются 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.

Негативные последствия для Компании Дзе Проктер энд Гэмбл Компани наступают в результате направленности действий ООО «Стокист» на получение необоснованных конкурентных преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, что влечет перераспределение потребительского спроса от товаров Компании Дзе Проктер энд Гэмбл Компани к товарам хозяйствующего субъекта-конкурента ООО «Стокист».

Предметом рассмотрения Комиссии ФАС России по делу № 1-14-74/00-08-18 являлись не действия ООО «Стокист» по неправомерному использованию товарных знаков Компании Дзе Проктер энд Гэмбл Компани, а действия ООО «Стокист» по имитации оформления товаров производства Компании Дзе Проктер энд Гэмбл Компани, где имитация каждого товара является отдельным правонарушением.

Поскольку ООО «Стокист» получило конкурентные преимущества, посредством имитации различных товаров производства Компании Дзе Проктер энд Гэмбл Компани являются неприменимыми положения части 5 статьи 4.1 КоАП РФ.

Также необходимо отметить отстутствие в КоАП РФ норм, регламентирующих возможность объединения дел об административном правонарушении в одно производство.

Согласно части 3 статьи 4.1 КоАП РФ при назначении административного наказания юридическому лицу учитываются характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

В ходе рассмотрения дела об административном правонарушении представитель ООО «Стокист» просил учесть обстоятельства, смягчающие административную ответственность:

- добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение;
- добровольное исполнение до вынесения постановления по делу об административном правонарушении лицом, совершившим административное правонарушение, предписания об устранении допущенного нарушения, выданного ему органом, осуществляющим государственный контроль (надзор) и муниципальный контроль.

Оснований для применения вышеперечисленных обстоятельств, смягчающих административную ответственность, при рассмотрении дела об административном правонарушении не установлено, поскольку в материалах дела отсутствуют сведения, подтверждающие их наличие.

Иных обстоятельств, смягчающих административную ответственность, не

установлено.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, не установлено.

Малозначительность в совершенном ООО «Стокист» административном правонарушении не установлена. Таким образом, основания для освобождения ООО «Стокист» от административной ответственности согласно статье 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

В соответствии с КоАП РФ размер административного штрафа за совершение административного правонарушения, предусмотренного статьей 14.33 КоАП РФ, исчисляется согласно примечанию к статье 14.31 КоАП РФ.

В соответствии с частью 4 примечаний к статье 14.31 КоАП РФ за совершение административного правонарушения, предусмотренного настоящей статьей либо статьей 14.31.2, 14.32 или 14.33 настоящего Кодекса, при отсутствии обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность, административный штраф налагается на юридическое лицо в размере суммы минимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения, и половины разности максимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения, и минимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения. При наличии обстоятельств, предусмотренных пунктами 5 и 6 части 1 статьи 4.2 настоящего Кодекса, административный штраф налагается на юридическое лицо в размере суммы минимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения. При наличии обстоятельств, смягчающих административную ответственность, за исключением обстоятельств, предусмотренных пунктами 5 и 6 части 1 статьи 4.2 настоящего Кодекса, размер административного штрафа, налагаемого на юридическое лицо, подлежит уменьшению за каждое такое обстоятельство на одну восьмую разности максимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения, и минимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения. При наличии обстоятельств, отягчающих административную ответственность, размер административного штрафа, налагаемого на юридическое лицо, подлежит увеличению за каждое такое обстоятельство на одну восьмую разности максимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения, и минимального размера административного штрафа, предусмотренного за совершение данного административного правонарушения.

Таким образом, ФАС России считает необходимым исчислить штраф за совершенное административное правонарушение в размере 300 000 (трехсот тысяч) рублей.

На основании изложенного, руководствуясь частью 1 статьи 14.33, статьей 23.48, статьей 29.7, статьей 29.9 КоАП РФ,

П О С Т А Н О В И Л:

1. Признать ООО «Стокист» (96105, Санкт-Петербург, Московский просп., д. 158, литера Б, пом. 155-160, 163; ОГРН 1089847366289, ИНН 7810530930) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.33 КоАП РФ.

2. Применить к ООО «Стокист» (96105, Санкт-Петербург, Московский просп., д. 158, литера Б, пом. 155-160, 163; ОГРН 1089847366289, ИНН 7810530930) меры административной ответственности в виде штрафа за недобросовестную конкуренцию в размере 300 000 (трехсот тысяч) рублей.

3. Сумму штрафа надлежит уплатить по следующим реквизитам:

Получатель: Межрегиональное операционное УФК (для ФАС России л/с 04951001610)

ИНН 7703516539 КПП 770301001

КБК 161 1 16 02010 01 6000 140

ОКТМО 45380000

Банк получателя: Операционный департамент Банка России г. Москва

БИК 044501002

Расчетный счет 40101810500000001901

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП РФ административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 настоящего Кодекса.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП РФ сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме в соответствии с законодательством Российской Федерации.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд по месту рассмотрения дела в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об

административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП РФ неуплата административного штрафа в срок, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей либо административный арест на срок до пятнадцати суток.

Заместитель руководителя Д.В. Фесюк