

ООО «Морозко»

ул. Поперечная, д. 15,
поселок Ковалево,
Всевожский район,
Ленинградская область, 188644

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о наложении штрафа по делу
об административном правонарушении № 050/04/14.33-3165/2019

«25» марта 2020 года

г. Москва

Я, заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (адрес: 123423, г. Москва, Карамышевская наб., д. 44) (далее – Управление) <...>, рассмотрев протокол и материалы дела № 050/04/14.33-3165/2019 о нарушении антимонопольного законодательства Российской Федерации, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП), возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Морозко» (место нахождения: 188644, Ленинградская область, Всевожский район, поселок Ковалево, ул. Поперечная, д. 15; ИНН: 4703140190, ОГРН: 1144703001750, дата регистрации в качестве юридического лица – 21.05.2014) (далее – ООО «Морозко»), в отсутствие законного представителя ООО «Морозко», извещенного надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении посредством направления Определения об отложении рассмотрения дела № 050/04/14.33-3165/2019 об административном правонарушении (от 12.03.2020 исх. № ДС/5250/20) по Почте России (почтовый идентификатор: 12571245295247) и телеграммы № 311067. Общество направило защитника <...> (дов. № 75 от 26.11.2019),

УСТАНОВИЛ:

27.11.2019 начальником отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области <...> составлен протокол № 050/04/14.33-3165/2019 об административном правонарушении (исх. № 08/21166/19 от 27.11.2019).

Указанным протоколом установлено, что Московским областным УФАС России по итогам рассмотрения дела № 050/01/14.6-1877/2019 по признакам нарушения пункта 1 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Закон о защите конкуренции) (далее – Дело), выразившегося в использовании ООО «Морозко» средств индивидуализации, правообладателем которых является ООО «Альянс» (лицензиат – ООО «Щелковский МПК»), для индивидуализации товаров «пельмени», вынесено решение по делу № 050/01/14.6-1877/2019 (исх. № 08/17732/19 от 10.10.2019) (далее – Решение).

Согласно Решению, в Московское областное УФАС России поступило обращение ООО «Альянс» и ООО «Щелковский МПК» о признаках нарушения пункта 1 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции в действиях ООО «Морозко», выразившегося во введении в гражданский оборот на территории Московской области замороженных полуфабрикатов (пельменей) в черной упаковке, сходной до степени смешения с товарным знаком ООО «Альянс» по свидетельству № 485492 от 17.04.2013, введении в гражданский оборот на территории Московской области замороженных полуфабрикатов (пельменей) в черной упаковке с использованием обозначения «Сибирские рецепты», сходного до степени смешения с товарными знаками ООО «Альянс» (далее – Заявитель) по свидетельствам № 498311 от 23.10.2013, № 460147 от 23.04.2012, а также о признаках нарушения пункта 2 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции в действиях ООО «Морозко» (далее – Ответчик), выразившегося в введении в гражданский оборот на территории Московской области замороженных полуфабрикатов (пельменей) в черной упаковке, имитирующей продукцию ООО «Щелковский МПК» - пельмени «Сибирская коллекция» в черной упаковке.

Из обращения следует, что в настоящее время ООО «Морозко» производит и вводит в гражданский оборот товары «Пельмени «Цезарь Император», «Пельмени «Caesar Сибирские рецепты Nero Nero», «Пельмени Caesar Сибирские рецепты Platinum Платинум» (далее – Спорные товары),

упаковки которых сходны до степени смешения с товарным знаком 485492 от 17.04.2013.

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.

Согласно пункту 9 статьи 4 Закона о защите 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.

Предметом рассмотрения Дела являлось использование товарного знака по свидетельству № 485492 от 17.04.2013 в упаковке Спорных товаров, использование товарных знаков по свидетельствам № 498311 от 23.10.2013, № 460147 от 23.04.2012 на упаковке Спорных товаров, копирование и/или имитация внешнего вида товара «Пельмени «Сибирская коллекция» в черной упаковке» во внешнем виде Спорных товаров.

Товарный знак по свидетельству № 485492 от 17.04.2013 является объемным товарным знаком, зарегистрированным в отношении товаров 29 – 32 классов МКТУ. Указанный товарный знак представляет собой объемное изображение пакета черного цвета. Пакет разделен на две неравные части тесьмой (шнурком), где доминирует нижняя часть, верхняя часть образует «хвост».

Как отмечено в решении Арбитражного суда города Москвы от 04.04.2014 по делу № А40-174597/13 и в постановлении Девятого арбитражного апелляционного суда от 01.07.2014 по указанному делу, товарный знак по свидетельству № 485492 от 17.04.2013 представляет собой натуралистическое объемное обозначение, в виде оригинального пакета черного цвета с тесьмой и этикеткой.



Товарный знак
по свидетельству
№ 485492

Товарный знак **СИБИРСКИЕ** по свидетельству № 498311 от 23.10.2013 является словесным товарным знаком, зарегистрированным в отношении товаров 29, 30 классов МКТУ.

Товарный знак **Сибирские** по свидетельству № 460147 от 23.04.2012 является словесным товарным знаком, зарегистрированным в отношении товаров 29, 30, 35 классов МКТУ.

Функцией товарного знака является индивидуализация товаров, работ, услуг, в отношении которых он зарегистрирован.

В соответствии с пунктом 1 статьи 4 Закона о защите конкуренции, товар - объект гражданских прав (в том числе работа, услуга, включая финансовую услугу), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Согласно пункту 165 ГОСТ Р 51303-2013 «Торговля. Термины и определения», потребительское свойство товара: свойство товара, проявляющееся при его использовании потребителем в процессе удовлетворения потребностей.

Из материалов Дела следует, что Заявители используют товарные знаки по свидетельствам № 485492 от 17.04.2013, № 498311 от 23.10.2013, № 460147 от 23.04.2012 в отношении товара, обладающего следующими потребительскими свойствами: «замороженные полуфабрикаты», «пельмени», «мясные полуфабрикаты». Спорные товары обладают аналогичными потребительскими свойствами. Товаром, который обладает указанными потребительскими свойствами являются «пельмени» (шарики из теста, фаршированные мясом), товар по коду № 300224 МКТУ.

Учитывая изложенное, товаром, который рассматривался в Деле являются «пельмени» (шарики из теста, фаршированные мясом), товар по коду № 300224 МКТУ.

Согласно пункту 4 статьи 4 Закона о защите конкуренции, товарный рынок - сфера обращения товара (в том числе товара иностранного производства), который не может быть заменен другим товаром, или взаимозаменяемых товаров (далее - определенный товар), в границах которой (в том числе географических) исходя из экономической, технической или иной возможности либо целесообразности приобретатель может приобрести товар, и такая возможность либо целесообразность отсутствует за ее пределами.

Учитывая изложенное, продуктовые границы товарного рынка на котором совершен предполагаемый акт недобросовестной конкуренции определены на основании потребительских свойств товаров, которые

рассматриваются в настоящем деле.

Продуктовые границы определены по товару «пельмени» (товар по коду № 300224 МКТУ).

В соответствии с пунктом 7 статьи 4 Закона о защите конкуренции конкуренция определяется как соперничество хозяйствующих субъектов, при котором самостоятельными действиями каждого из них исключается или ограничивается возможность каждого из них в одностороннем порядке воздействовать на общие условия обращения товаров на соответствующем рынке.

Согласно пункту 5 статьи 4 Закона о защите конкуренции хозяйствующий субъект – некоммерческая организация, коммерческая организация, осуществляющая деятельность, приносящую ей доход, индивидуальный предприниматель, иное физическое лицо, не зарегистрированное в качестве индивидуального предпринимателя, но осуществляющее профессиональную деятельность, приносящую доход, в соответствии с федеральными законами на основании государственной регистрации и (или) лицензии, а также в силу членства в саморегулируемой организации.

Заявители, ООО «Альянс» (место нахождения: 141140, Московская область, г. Лосино-Петровский, рабочий поселок Свердловский, ул. Центральная, стр. 1, ком. 4; ИНН: 7706671797; ОГРН: 1077761343660) и ООО «Щелковский МПК» (место нахождения: 141140, Московская область, г. Лосино-Петровский, рабочий поселок Свердловский, ул. Центральная, стр. 1, корп. 1; ИНН: 5050078523; ОГРН: 1095050003850), осуществляют совместную деятельность по производству и реализации товара «Пельмени «Сибирская коллекция» в черной упаковке».

Согласно пункту 1.1 договора о сотрудничестве и совместной деятельности от 01.08.2009, ООО «Альянс» и ООО «Щелковский МПК» заключили указанный договор в целях производства и продвижения продукции под обозначениями, указанными в дополнительных соглашениях к указанному договору для достижения которых обязуются совместно и согласованно совершать необходимые фактические и юридические действия.

В соответствии с подпунктом 2 пункта 1 дополнительного соглашения № 6 от 03.08.2011 к договору о сотрудничестве и совместной деятельности от 01.08.2009, ООО «Альянс» и ООО «Щелковский МПК» договорились о совместной деятельности и по производству и продвижению продукции под обозначениями в отношении товаров «рубленые полуфабрикаты», «пельмени», «вареники», «блины», «манты», «хинкали», «пиво», «алкогольные напитки», «безалкогольные напитки».

Учитывая изложенное, отношения между ООО «Альянс» и ООО «Щелковский МПК» обладают признаками простого товарищества, в рамках которого Заявитель – 2 осуществляет производство товара «Пельмени «Сибирская коллекция» в черной упаковке».

При оценке наличия между Заявителями и Ответчиком наличия конкурентных отношений, необходимо учитывать осуществление ООО «Альянс» и ООО «Щелковский МПК» совместной деятельности.

В качестве доказательств осуществления деятельности на товарном рынке производства и реализации товара «пельмени», Заявителями представлены копии договоров поставки товаров, в том числе товара Пельмени «Сибирская коллекция» в черной упаковке», в торговые сети «Дикси», «Перекресток», «Магнолия», «Азбука Вкуса», «О`Кей», «Пятерочка», «Мираторг» и иные торговые сети, за период с 2010-2011 гг. по настоящее время.

ООО «Морозко» (место нахождения: 188644, Ленинградская область, Всеволожский район, поселок Ковалево, Поперечная улица, д. 15; ИНН: 4703140190; ОГРН: 1144703001750) согласно материалам дела осуществляет деятельность на товарном рынке по производству и реализации товара «пельмени», что подтверждается сведениями о производстве и реализации Спорных товаров, представленными Ответчиком, а также копиями чеков о приобретении Спорных товаров в торговых сетях «SPAR», «О`Кей», «Лента», «Магнит», представленными Заявителями.

Из материалов Дела следует, что ООО «Альянс» и ООО «Щелковский МПК» осуществляют производство товара «пельмени», в том числе товара «Пельмени «Сибирская коллекция» в черной упаковке» в географических границах Московской области, реализация указанных товаров осуществляется на территории Российской Федерации.

ООО «Морозко» осуществляет производство товара «пельмени», в том числе Спорных товаров на территории Московской и Ленинградской областей. Реализация указанных товаров осуществляется на территории ряда субъектов Российской Федерации (г. Москва, г. Санкт-Петербург, Московская область, Брянская область, Краснодарский край, Республика Татарстан, Республика Башкортостан). Вместе с тем, Ответчик осуществляет деятельность по реализации Спорных товаров на территории Российской Федерации.

Учитывая изложенное, географическими границами товарного рынка, на котором произошел предполагаемый акт недобросовестной конкуренции является Российская Федерация.

В связи тем, что нарушение антимонопольного законодательства

совершено на территории деятельности двух и более территориальных органов, Управлением направлено ходатайство о наделении полномочиями по рассмотрению настоящего дела.

В соответствии с письмом ФАС России от 24.06.2019 исх. № АК/52676/19, ФАС России наделило Московское областное УФАС России полномочиями по рассмотрению дела № 050/01/14.6-1877/2019 в отношении ООО «Морозко» по признакам нарушения пунктов 1 и 2 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции.

Из материалов Дела следует, что Заявители начали осуществление деятельности по производствупельменей с 2010-2011 гг. Производство товара «Пельмени «Сибирская коллекция» в черной упаковке» осуществляется с 2011 года.

ООО «Морозко» начало осуществление деятельности по производствупельменей не позднее 2009 года, в доказательство чего Ответчиком представлены каталоги продукции ООО «Морозко». Производство Ответчиком Спорных товаров началось в 2018 году («Пельмени «Цезарь Император» - с марта 2018 года; «Пельмени «Caesar Сибирские рецепты Nero Nero» - с июля 2018 года; «Пельмени Caesar Сибирские рецепты Platinum Платинум» - с июля 2018 года), что подтверждается сведениями об объемах реализации Ответчиком Спорных товаров.

Учитывая изложенное, ООО «Альянс» и ООО «Щелковский МПК» и ООО «Морозко» осуществляют аналогичную деятельность с 2010 года, в доказательство. Датой начала возможного акта недобросовестной конкуренции является период с марта по июль 2018 года.

Учитывая изложенное, ООО «Альянс» и ООО «Щелковский МПК» с одной стороны и ООО «Морозко» с другой осуществляют деятельность на товарном рынке производства и реализации товара «пельмени» в одних географических границах, в один временной период, вследствие чего являются конкурентами.

Данный факт сторонами не оспаривается и подтверждается материалами дела № 050/01/14.6-1877/2019.

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 (статья 14.6 Закона о защите конкуренции).

Законодательство в данной норме права выделяет две активные формы указанного акта недобросовестной конкуренции, разделяя посягательство на

зарегистрированные средства индивидуализации продукции и юридических лиц (пункт 1 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции) и посягательства на незарегистрированные средства индивидуализации продукции и юридических лиц (пункт 2 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции).

Учитывая изложенное, одни и те же действия хозяйствующего субъекта не могут быть квалифицированы одновременно и по пункту 1 и по пункту 2 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции).

Квалифицируя акт недобросовестной конкуренции, следует исходить из того, что именно способно вызвать смешение, чем оно обусловлено. Так если смешение обусловлено использованием зарегистрированного средства индивидуализации (товарного знака, фирменного наименования, коммерческого обозначения, наименования места происхождения товара), то действия подлежат квалификации по пункту 1 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции. В свою очередь, если смешение обусловлено не только использованием зарегистрированных средств индивидуализации или сходных с ними до степени смешения обозначений, а в целом подражанием товару конкурента, его дизайнерским решениям, то указанные действия подлежат квалификации по пункту 2 статьи 14.6 Закона о защите конкуренции.

В части использования средств индивидуализации (товарные знаки по свидетельствам №№ 485492, 498311, 460147), правообладателем которых является ООО «Альянс» в упаковке Спорных товаров, установлено следующее.

Товарным знаком признается обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей, на которое признается исключительное право, удостоверяемое свидетельством на товарный знак (пункт 1 статьи 1477 ГК РФ).

Рассматривая вопрос использования товарного знака по свидетельству № 485492 от 17.04.2013, Комиссия отмечает следующее.

В соответствии с пунктом 32 Правил составления, подачи и рассмотрения документов, являющихся основанием для совершения юридически значимых действий по государственной регистрации товарных знаков, знаков обслуживания, коллективных знаков, утвержденных приказом Минэкономразвития России от 20.07.2015 № 482 (далее – Правила от 20.07.2015 № 482), к объемным обозначениям относятся трехмерные объекты, фигуры и комбинации линий и фигур в пространственном расположении, которые могут представлять собой форму товара или его части, форму упаковки товара, форму, не связанную с товаром.

Объемные товарные знаки могут быть отнесены к трем категориям: формы, не связанные с самими товарами или услугами; форма самих товаров или их частей; форма упаковки или контейнера товара (пункт 2.1.7 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, утв. Приказом Роспатента от 24.07.2018 № 128 (далее – Руководство от 24.07.2018 № 128).

Свидетельством № 485492 от 17.04.2013 охраняется форма упаковки товара «Пельмени «Сибирская коллекция» в черной упаковке».

Различительная способность указанного товарного знака обусловлена оригинальным исполнением, придающим обозначению различительную способность. Оригинальность формы объемного обозначения, обладающего различительной способностью, ясно различима и воспринимается как товарный знак.

Согласно позиции Ответчика, форма упаковки, охраняемая товарным знаком по свидетельству № 485492 от 17.04.2013 является общеупотребимой, не обладает различительной способностью, поскольку мягкий пакет (перевязанный или с защелкой) широко используется для упаковки продуктов питания (в том числе - пельменей).

Как указал Ответчик, ссылаясь на заключение, подготовленное ООО «Пепеляев Групп», с 2016 года Федеральный институт промышленной собственности отказывает в регистрации объемного товарного знака (мешка), ввиду отсутствия в них различительной способности и тем, что форма обусловлена функциональным назначением.

Кроме того, Ответчик указал, что первым начал использовать мешки с клипсой в качестве упаковки для пельменей. Так ранее указанная форма упаковки (полупрозрачные объемные пакеты) были зарегистрированы за основным участником и бенефициаром ООО «Морозко» в качестве промышленных образцов.

Вместе с тем, несмотря на то, что в настоящее время черный мягкий пакет с клипсой используется многими производителями, Ответчиком не было опровергнуто то, что Заявители первыми начали выпускать товар с использованием такой формы и цвета. Кроме того, форма упаковки и ее цвет, охраняется товарным знаком по свидетельству № 485492 от 17.04.2013 не исключены из правовой охраны, сам товарный знак не признан вошедшим во всеобщее употребление.

Регистрация лицами, аффилированными с ООО «Морозко» формы

упаковки в качестве промышленного образца, не имеет значения для рассматриваемого дела, так как предметом дела является вопрос об использовании средств индивидуализации, когда как промышленный образец является решением внешнего вида изделия промышленного или кустарно-ремесленного производства (пункт 1 статьи 1352 ГК РФ), объем охраны которого определяется совокупностью существенных признаков промышленного образца.

Комиссия обращает внимание на пункт 2.7 Приказ Роспатента от 23.03.2001 № 39 «Об утверждении Рекомендаций по отдельным вопросам экспертизы заявленных обозначений», согласно которому заявленному объемному обозначению, форма которого определяется исключительно или главным образом функциональностью, является традиционной и безальтернативной для изделий такого же назначения, может быть предоставлена правовая охрана, если заявителем представлены материалы, подтверждающие то, что потребителем заявленное обозначение воспринималось до даты подачи заявки как обозначение товаров производителя.

Оригинальность формы и цвета подтверждают материалы дела. Так Заявителями представлены материалы средств массовой информации, отмечающие оригинальность формы товара «Пельмени «Сибирская коллекция» в черной упаковке» (статья «Черная метка» от 03.08.2012 в журнале «Forbes», заметка в журнале «Мое дело Магазин» № 139 от декабря 2011 года, журнал «Замороженные продукты» от 2011 года).

Согласно пункту 43 Правил от 20.07.2015 № 482, изобразительные и объемные обозначения, сравниваются с изобразительными, объемными и комбинированными обозначениями, в композиции которых входят изобразительные или объемные элементы. Сходство изобразительных и объемных обозначений определяется на основании следующих признаков: внешняя форма; наличие или отсутствие симметрии; смысловое значение; вид и характер изображений (натуралистическое, стилизованное, карикатурное и тому подобное); сочетание цветов и тонов. Признаки учитываются как каждый в отдельности, так и в различных сочетаниях.

Оценка сходства обозначений производится на основе общего впечатления, формируемого, в том числе с учетом неохранных элементов, которые могут присутствовать в составе заявленного обозначения. При этом формирование общего впечатления может происходить под воздействием любых особенностей обозначений, в том числе доминирующих словесных или графических элементов, их композиционного и цветового решения.

Согласно пункту 13 Информационного письма Президиума Высшего

Арбитражного Суда Российской Федерации от 13.12.2007 № 122 «Обзор практики рассмотрения арбитражными судами дел, связанных с применением законодательства об интеллектуальной собственности», вопрос о сходстве до степени смешения обозначений является вопросом факта и по общему правилу может быть разрешен с позиции рядового потребителя и специальных знаний не требует.

Согласно правовой позиции Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации, отраженной в Постановлении № 3691/06 от 18.07.2006, наличие более 20 % потребителей, которые не могут однозначно отличить товарные знаки конкурентов, влияет на продвижение товара на определенном сегменте рынка и является внушительным результатом.

Ответчик в возражении на заключение по Делу указал, что законодательством и судебными актами не установлены количественные критерии, при которых можно одинаково заявлять о смешении товаров. Также ООО «Морозко» указало, что количественный критерий отраженный в правовой позиции Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации является практикой указанного суда на определенный год.

Количественные критерии смешения являются оценочными и подлежат рассмотрению в каждом случае отдельно. Вместе с тем, правовые позиции Президиума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации имеют значение для более правильного разрешения споров. Учет позиций вышестоящих судебных органов направлен на соблюдение принципа правовой определенности.

Вывод о сходстве до степени смешения обозначений делается на основе восприятия не отдельных элементов, а общего впечатления, которое производят это обозначение и товарный знак в целом на среднего потребителя соответствующих товаров или услуг.

Обозначение откладывается в памяти среднестатистического потребителя не с фотографической точностью, а в образе, создаваемом совокупностью существенных элементов знака.

Высокая вероятность смешения также тесно связана с условиями покупки товара широкого потребления, коими в частности являются пельмени, когда товары располагаются вместе, иногда попеременно. Потребитель как правило запоминает только образ: цветовые пятна, контуры, приблизительное расположение элементов, по которым и происходит идентификация товара и услуг.

В ходе рассмотрения Дела сторонами представлены результаты проведения социологических исследований: заключение фонда «ВЦИОМ», заключение № 156-2019 от 28.05.2019 подготовленное ФГБУН

«Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской Академии наук» (далее – Заключение ФГБУН «ФНИСЦ РАН»).

Ответчиком представлено экспертное заключение на Заключение ФГБУН «ФНИСЦ РАН», подготовленное доцентом кафедры методов сбора и анализа социологической информации НИУ ВШЭ, к.соц.н. О.А. Оберемко (далее - Отзыв на Заключение ФГБУН «ФНИСЦ РАН»), согласно которому эксперт сомневается в достоверности собранных данных, так как вопросами не были охвачены некоторые признаки, имеющие значение при выборе товара потребителем и вопросник составлен таким образом, что способен приводить к искажению мнения респондентов.

Указанный отзыв не отражает степень возможного искажения мнения респондентов. Вместе с тем, указанный отзыв отмечает, что Заключение ФГБУН «ФНИСЦ РАН» подготовлено с профессиональными требованиями, предъявляемыми к документам подобного рода.

Товарный знак по свидетельству № 485492 от 17.04.2013 используется в упаковке товара «Пельмени «Сибирская коллекция» в черной упаковке» полностью, в связи с чем оценивая использование указанного товарного знака, Комиссия оценивает обозначение, являющееся лицевой стороной упаковки Спорных товаров.

В ходе оценки использования товарного знака по свидетельству № 485492 от 17.04.2013, обозначения сходного до степени смешения с товарным знаком на упаковке товара «Пельмени «Цезарь Император», Комиссией по рассмотрению Дела установлено следующее.

Товарный знак по свидетельству № 485492 от 17.04.2013 и обозначение на упаковке товара «Пельмени «Цезарь Император» обладают следующими признаками сходства:

- сходство внешней формы – мягкий пакет трапециевидной формы, имеющий резкое сужение к верху. В верхней части пакет скреплен клипсой, в результате чего часть пакета образует «хвост»;

- наличие вертикальной симметрии (если проводить симметрию вдоль всего пакета), отсутствие горизонтальной симметрии;

- сходство смыслового значения – упаковка товара, мягкий пакет с клипсой;

- сходство в цвете фона и цвета контура – черный цвет.

При первом впечатлении сравниваемых товаров, внимание уделяется его форме, контуру, цвету, на что в частности распространяется охрана товарного знака по свидетельству № 485492 от 17.04.2013. Различительные элементы (название товара, расположение графических элементов) при первом впечатлении не выполняют свою функцию в полной мере.

Согласно заключению Фонда ВЦИОМ, мнения о том, что товар «Пельмени «Сибирская коллекция» и товар «Пельмени «Цезарь Император» выпускаются одним или скорее одним производителем придерживаются 14 % респондентов от числа опрошенных, на возможность перепутать указанные товары указали 15 % респондентов от числа опрошенных, 69 % респондентов от числа опрошенных указали, что упаковки данных товаров схожи или скорее схожи, на идентичность указали 15 % респондентов от числа опрошенных. Респонденты отнесли к схожим элементам цветовую гамму (86 % респондентов от числа опрошенных), форму/тип упаковки (69 % респондентов от числа опрошенных).

Согласно Заключению ФГБУН «ФНИСЦ РАН», 59 % респондентов указали, что на упаковке товара «Пельмени «Цезарь Император» используется оформление упаковки товара «Пельмени «Сибирская коллекция» или оформление похожее на оформление товарного знака по свидетельству № 485492 от 17.04.2013, 52 % респондентов допустили возможность спутать товар Пельмени «Сибирская коллекция» и товар «Пельмени «Цезарь Император».

Учитывая изложенное, обозначение на упаковке товара «Пельмени «Цезарь Император» является сходным до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 485492 от 17.04.2013.

В ходе оценки использования товарного знака по свидетельству № 485492 от 17.04.2013, обозначения сходного до степени смешения с товарным знаком в упаковке товара «Пельмени «Caesar Сибирские рецепты Nero Nero», Комиссией по рассмотрению дела установлено следующее.

Товарный знак по свидетельству № 485492 от 17.04.2013 и обозначение на упаковке товара «Пельмени «Caesar Сибирские рецепты Nero Nero» обладают следующими признаками сходства:

- сходство внешней формы – мягкий пакет трапециевидной формы, имеющий резкое сужение к верху. В верхней части пакет скреплен клипсой, в результате чего часть пакета образует «хвост»;

- наличие вертикальной симметрии (если проводить симметрию вдоль всего пакета), отсутствие горизонтальной симметрии;

- сходство смыслового значения – упаковка товара, мягкий пакет с клипсой;

- сходство в цвете фона и цвета контура – черный цвет.

При первом впечатлении сравниваемых товаров, внимание уделяется его форме, контуру, цвету, на что в частности распространяется охрана товарного знака по свидетельству № 485492 от 17.04.2013. Различительные элементы (название товара, расположение графических элементов) при

первом впечатлении не выполняют свою функцию в полной мере.

Согласно заключению Фонда ВЦИОМ, мнения о том, что товар «Пельмени «Сибирская коллекция» и товар «Пельмени «Caesar Сибирские рецепты Nero Nero» выпускаются одним или скорее одним производителем придерживаются 7 % респондентов от числа опрошенных, на возможность перепутать указанные товары указали 18 % респондентов от числа опрошенных, 60 % респондентов от числа опрошенных указали, что упаковки данных товаров схожи или скорее схожи, на идентичность указали 18 % респондентов от числа опрошенных. Респонденты отнесли к схожим элементам цветовую гамму (84 % респондентов от числа опрошенных), форму/тип упаковки (61 % респондентов от числа опрошенных).

Согласно Заклчению ФГБУН «ФНИСЦ РАН», 56 % респондентов указали, что на упаковке товара «Пельмени «Caesar Сибирские рецепты Nero Nero» используется оформление упаковки товара «Пельмени «Сибирская коллекция» или оформление похожее на оформление товарного знака по свидетельству № 485492 от 17.04.2013, 49 % респондентов допустили возможность спутать товар Пельмени «Сибирская коллекция» и товар «Пельмени «Caesar Сибирские рецепты Nero Nero».

Обозначение, размещенное на упаковке товара товар «Пельмени «Caesar Сибирские рецепты Nero Nero» является зарегистрированным товарным знаком по свидетельству № 699120 от 18.02.2019. Раскладка упаковки указанного товара зарегистрирована как промышленный образец № 110179.

Согласно свидетельству № 699120 от 18.02.2019 из правовой охраны товарного знака исключена форма упаковки-пакета. В свою очередь форма упаковки-пакета охраняется товарным знаком по свидетельству № 485492 от 17.04.2013.

Таким образом, в данном случае не происходит столкновения товарных знаков, так как товарным знаком по свидетельству № 485492 от 17.04.2013 и товарным знаком по свидетельству № 699120 от 18.02.2019 охраняются различные объемы индивидуализации.

Согласно заключению патентного поверенного Муса В.К., упаковка товара «Пельмени «Caesar Сибирские рецепты Nero Nero» является сходной до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 485492 от 17.04.2013.

Учитывая изложенное, обозначение на упаковке товара «Пельмени «Caesar Сибирские рецепты Nero Nero» является сходным до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 485492 от 17.04.2013.

В ходе оценки использования товарного знака по свидетельству №

485492 от 17.04.2013, обозначения сходного до степени смешения с товарным знаком в упаковке товара «Пельмени Caesar Сибирские рецепты Platinum Платинум», Комиссией по рассмотрению дела установлено следующее.

Товарный знак по свидетельству № 485492 от 17.04.2013 и обозначение на упаковке товара «Пельмени Caesar Сибирские рецепты Platinum Платинум» обладают следующими признаками сходства:

– сходство внешней формы – мягкий пакет трапециевидной формы, имеющий резкое сужение к верху. В верхней части пакет скреплен клипсой, в результате чего часть пакета образует «хвост»;

– наличие вертикальной симметрии (если проводить симметрию вдоль всего пакета), отсутствие горизонтальной симметрии;

– сходство смыслового значения – упаковка товара, мягкий пакет с клипсой;

– сходство в цвете фона и цвета контура – черный цвет.

При первом впечатлении сравниваемых товаров, внимание уделяется его форме, контуру, цвету, на что в частности распространяется охрана товарного знака по свидетельству № 485492 от 17.04.2013. Различительные элементы (название товара, расположение графических элементов) при первом впечатлении не выполняют свою функцию в полной мере.

Согласно заключению Фонда ВЦИОМ, мнения о том, что товар «Пельмени «Сибирская коллекция» и товар «Пельмени Caesar Сибирские рецепты Platinum Платинум» выпускаются одним или скорее одним производителем придерживаются 11 % респондентов от числа опрошенных, на возможность перепутать указанные товары указали 29 % респондентов от числа опрошенных, 66 % респондентов от числа опрошенных указали, что упаковки данных товаров схожи или скорее схожи, на идентичность указали 27 % респондентов от числа опрошенных. Респонденты отнесли к схожим элементам цветовую гамму (84 % респондентов от числа опрошенных), форму/тип упаковки (56 % респондентов от числа опрошенных).

Согласно Заключению ФГБУН «ФНИСЦ РАН», 69 % респондентов указали, что на упаковке товара «Пельмени Caesar Сибирские рецепты Platinum Платинум» используется оформление упаковки товара «Пельмени «Сибирская коллекция» или оформление похожее на оформление товарного знака по свидетельству № 485492 от 17.04.2013, 64 % респондентов допустили возможность спутать товар Пельмени «Сибирская коллекция» и товар «Пельмени Caesar Сибирские рецепты Platinum Платинум».

Учитывая изложенное, обозначение на упаковке товара «Пельмени Caesar Сибирские рецепты Platinum Платинум» является сходным до степени

смешения с товарным знаком по свидетельству № 485492 от 17.04.2013.

Оценивая использование товарного знака по свидетельству № 498311 от 23.10.2013, товарного знака по свидетельству № 460147 от 23.04.2012, Комиссия отмечает следующее.

Указанные товарные знаки являются словесными, представляют собой написание буквами кириллицы слова «Сибирские».

Согласно пункту 41 Правил от 20.07.2015 № 482 обозначение считается сходным до степени смешения с другим обозначением (товарным знаком), если оно ассоциируется с ним в целом, несмотря на их отдельные отличия.

Согласно пункту 42 Правил от 20.07.2015 № 482, словесные обозначения сравниваются со словесными обозначениями и с комбинированными обозначениями, в композиции которых входят словесные элементы. Сходство словесных обозначений оценивается по звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим) признакам.

Анализируя фонетическое звучание, графический вид и смысловое содержание обозначения «Сибирские рецепты» и товарного знака по свидетельству № 498311 от 23.10.2013, товарного знака по свидетельству № 460147 от 23.04.2012, Комиссия по рассмотрению Дела полагает необходимым руководствоваться пунктом 7.1.2.1 Руководства от 24.07.2018 № 128, согласно которому сходство словесных обозначений может быть звуковым (фонетическим), графическим (визуальным) и смысловым (семантическим). При сравнении двух словесных обозначений следует установить наличие/отсутствие их сходства как по каждому из указанных признаков в отдельности, так и в совокупности.

Также Комиссией по рассмотрению дела отмечено частичное сходство обозначения «Сибирские рецепты» и товарного знака по свидетельству № 498311 от 23.10.2013, товарного знака по свидетельству № 460147 от 23.04.2012 по фонетическому звучанию, по графическому изображению, зрительному восприятию.

Смысловое содержание сравниваемых обозначения заключается в использовании указанных средств для индивидуализации аналогичных товаров, а также в сходстве указанных средств по смысловому значению. Вместе с тем, товарный знак № 498311 от 23.10.2013, товарный знак по свидетельству № 460147 от 23.04.2012 по смысловому значению являются абстрактными, когда как обозначение «Сибирские рецепты» является конкретным.

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 товарного знаком истца учитывается общее впечатление, которое производят эти обозначение и товарный знак (включая неохранные элементы) в целом на среднего потребителя соответствующих товаров или услуг.

В соответствии с разделом IV Руководство от 24.07.2018 № 128, вывод о сходстве до степени смешения обозначений делается на основе восприятия не отдельных элементов, а общего впечатления, которое производят это обозначение и товарный знак в целом на среднего потребителя соответствующих товаров или услуг.

Оценка сходства обозначений производится на основе общего впечатления, формируемого, в том числе с учетом неохранных элементов, которые могут присутствовать в составе заявленного обозначения. При этом формирование общего впечатления может происходить под воздействием любых особенностей обозначений, в том числе доминирующих словесных или графических элементов, их композиционного и цветового решения.

Необходимо учитывать, что товар «Пельмени «Сибирская коллекция» и Спорные товары как правило, располагаются рядом (иногда в смешанной выкладке) в одном горизонтальном холодильнике, не относятся к товарам высокой ценовой категории и являются сравнимыми по стоимости.

Ответчик в письменных возражениях к Заключению указал, что отнесение товара Заявителя и Спорных товаров к невысокой ценовой категории не соответствует действительности, поскольку ценовая категория рассматриваемых товаров достаточно высока в соотношении с рыночными возможностями покупки продуктов потенциальными потребителями.

Корреляция степени рыночной возможности приобрести товар широкого потребления и осмотрительности при приобретении товара является оценочной. Степень осмотрительности при приобретении товара является субъективной для каждого потребителя.

Заключение Фонда ВЦИОМ о факторах, влияющих на выбор пельменей указывает, что покупатели ориентируются при выборе и покупке пельменей в магазине на цену, состав (ингредиенты), компанию-производитель.

Комиссия по рассмотрению Дела полагает, что указанные факторы в большей степени справедливы при первой покупке товара. При систематической покупке одного и того же товара, потребитель снижает осмотрительность, обращая внимание на внешний вид товара (упаковки) товара.

Продукция Заявителя и Ответчика (пельмени) является продукцией при покупке которых потребитель не склонен проявлять повышенную степень 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.

Сочетание всех перечисленных элементов формирует в результате зрительный образ товара, который запоминает потребитель, и на который он в дальнейшем ориентируется, осуществляя свои привычные покупки.

Учитывая изложенное, обозначение «Сибирские рецепты» и товарный знак по свидетельству № 498311 от 23.10.2013, товарный знак по свидетельству № 460147 от 23.04.2012 являются в части сходными. Вместе с тем, само по себе использование обозначения «Сибирские рецепты» не способно привести к смешению, однако, использование указанного обозначения в совокупности с использованием обозначения сходного до степени смешения с товарным знаком по свидетельству № 485492 от 17.04.2013 способно усилить сходство упаковок товара «Пельмени «Сибирская коллекция» и Спорных товаров.

Согласно письму ФАС России от 22.08.2018 № АД/66643/18 «По вопросу разграничения применения статей 14.2 и 14.6 Закона о защите конкуренции» (далее – Письмо ФАС России от 22.08.2018 № АД/66643/18), целью акта недобросовестной конкуренции в форме смешения является реализация своего товара под видом товара конкурента.

Согласно письму ФАС России от 22.08.2018 № АД/66643/18, под смешением в целом следует понимать ситуацию, когда потребитель одного товара отождествляет его с товаром другого производителя, либо допускает, несмотря на имеющиеся отличия, вероятность производства указанных товаров одним лицом.

В качестве акта недобросовестной конкуренции в форме смешения рассматривается использование обозначений, которые способны нести функцию индивидуализации, к коим относятся товарные знаки.

Письмо ФАС России от 22.08.2018 № АД/66643/18 отмечает, что, если форма товара или используемое при оформлении сочетание цветов устойчиво связаны в сознании потребителя с определенным производителем, несанкционированное использование их иными производителями может привести к смешению. Указанная позиция применима оценке связей в случае использования товарного знака.

Заявителем представлены доказательства, свидетельствующие о действиях Заявителей, направленных на образование и укрепление связи

товарного знака и Заявителей, а именно: участие в выставках, получение дипломов, наград (Золотая медаль за внешний вид и общее восприятие бренда Международного конкурса мясной продукции «Бренд года»), распространение рекламы товара «Пельмени «Сибирская коллекция» в социальной сети «ВКонтакте» (2018 год), сервисе «Twitch.tv» (2018 год), в каталогах магазинов сети «Авоська», в эфире телеканала «СТС» (спонсорская реклама шоу «Уральские пельмени», декабрь 2011 года), в эфире телеканала «Первый канал» (программа «Контрольная закупка» сентябрь 2012 года), в эфире телеканалов «Первый канал», «СТС», «ТНТ» (январь 2013 года), в вагонах поездов Московского метрополитена (апрель – май 2012 года).

Таким образом, форма и черный цвет упаковки товара «Пельмени «Сибирская коллекция», которые также присутствуют в товарном знаке по свидетельству № 485492 устойчиво связаны в сознании потребителя именно с Заявителями.

Согласно письменным пояснениям ООО «Морозко», выбор дизайна упаковки Спорных товаров был обусловлен тем, что черный цвет олицетворяет премиальный статус продукта. Премиальность черного цвета используется в упаковках и других производителей.

Ответчик полагает, что черный цвет не обладает различительной способностью и не имеет возможность индивидуализировать продукцию.

Указанная позиция Ответчика не соответствует материалам Дела. Так материалы средств массовой информации указывают, что черная упаковка впервые использована на товарном рынке производства и реализации пельменей Заявителями.

Посредством товарного знака потребители идентифицируют товары и услуги конкретного производителя, получают информацию об источнике происхождения и возможных характеристиках товара.

Товарный знак способен закрепить представление потребителей о характеристиках определенного товара, сформированное в результате предшествующего опыта его использования (потребления), воздействия рекламы, рекомендаций иных потребителей.

В целях обеспечения возможности для потребителя идентифицировать определенный товар и его производителя, связь между ними, на участников товарного рынка ложится обязанность воздерживаться от использования обозначений, которые могут привести к смешению товаров. Недопустимы ситуации, когда использование товарного знака иным, чем правообладатель, лицом будет указывать на взаимосвязь между его товарами и правообладателем, в случаях, когда правообладатель не наделял указанное

лицо правом на использование товарного знака.

Последствием действий направленных на смешение товаров является возможное перераспределение потребительского спроса от производителя оригинального товара в пользу товара конкурента-нарушителя в результате ошибочного приобретения товаров нарушителя, поскольку использование тождественных обозначений в отношении товара, тем более при сходстве формы упаковок, создает ошибочное впечатление о принадлежности товаров одному производителю.

В ходе изучения упаковок товара «Пельмени «Сибирская коллекция» и Спорных товаров, установлено, что отличительные особенности упаковки не являются охраняемыми элементами.

Для решения вопроса о нарушении хозяйствующим субъектом антимонопольного законодательства необходимо, чтобы действия указанного субъекта содержали все необходимые признаки недобросовестной конкуренции, а именно:

1. совершались хозяйствующим субъектом-конкурентом;
2. были направлены на получение преимущества в предпринимательской деятельности;
3. противоречат положениям действующего законодательства, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости;
4. причинили или способны причинить убытки другому хозяйствующему субъекту-конкуренту, либо нанесли ущерб его деловой репутации.

ООО «Альянс» и ООО «Щелковский МПК» с одной стороны и ООО «Морозко» с другой осуществляют деятельность на товарном рынке производства и реализации товара «пельмени», в одних географических границах, в один временной период, вследствие чего являются конкурентами.

Направленность ООО «Морозко» выразилось в использовании средства индивидуализации, правообладателем которого является Заявитель без понесения дополнительных расходов на разработку дизайна.

Ответчик указал, что им были понесены расходы на разработку и продвижение Спорных товаров.

Комиссия отмечает, что Ответчиком сделан неверный вывод. Действительно, Ответчик понес расходы на разработку дизайна упаковки, однако, имея опыт ориентир - упаковку Заявителей и их коммерческий успех, смогло без рисков ввести товары в Спорной упаковке на товарный рынок.

Комиссией по рассмотрению Дела установлено, что на момент ввода товара Заявителей, оформление товара являлось новацией для товарного

рынка.

К моменту введения Спорных товаров в гражданский оборот, товар «Пельмени «Сибирская коллекция» был известен в определенном дизайне. Введение товара в дизайне с использованием средств индивидуализации принадлежащими другому лицу способно привести к смешению и вытеснению правообладателя с товарного рынка.

Участие Ответчика в выставках, проведение им рекламных кампаний по продвижению Спорного товара, в том числе распространение видеоролика с некорректным сравнением Спорных товаров и другого товара, явно схожего с товаром «Пельмени «Сибирская коллекция» направлено на создание смешения продукции Заявителей и Ответчика и вытеснение Заявителей с товарного рынка.

Ответчик указал, что Заявители не представили доказательств распространения видеоролика с некорректным сравнением Спорных товаров и другого товара, явно схожего с товаром «Пельмени «Сибирская коллекция».

Распространение видеоролика не установлено, однако, материалы Дела, в частности видеозапись, свидетельствуют о его существовании.

Действия ООО «Морозко» не в полной мере соответствуют требованиям добропорядочной конкурентной борьбы.

В соответствии с действующим гражданским законодательством, правообладатель может по своему усмотрению разрешать или запрещать другим лицам использование результата интеллектуальной деятельности или средства индивидуализации. Отсутствие запрета не считается согласием (разрешением). Другие лица не могут использовать соответствующие результат интеллектуальной деятельности или средство индивидуализации без согласия правообладателя, за исключением случаев, предусмотренных ГК РФ.

Из содержания статьи 12, пункта 1 статьи 1252 ГК РФ следует право на защиту правообладателем его исключительного права на товарный знак.

Согласно пунктам 1 и 2 статьи 1515 ГК РФ, товары, этикетки, упаковки товаров, на которых незаконно размещены товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение, являются контрафактными; правообладатель вправе требовать изъятия из оборота и уничтожения за счет нарушителя контрафактных товаров, этикеток, упаковок товаров, на которых размещены незаконно используемый товарный знак или сходное с ним до степени смешения обозначение. В тех случаях, когда введение таких товаров в оборот необходимо в общественных интересах, правообладатель вправе требовать удаления за счет нарушителя с контрафактных товаров, этикеток,

упаковок товаров незаконно используемого товарного знака или сходного с ним до степени смешения обозначения.

Учитывая изложенное, использование Ответчиком товарного знака Заявителя является нарушением исключительных прав, Заявитель – 1 обладает полномочиями по защите указанного товарного знака.

Конституционное требование действовать добросовестно и не злоупотреблять своими правами равным образом обращено ко всем участникам гражданских правоотношений.

Добросовестный производитель при выборе вариантов обозначений производимой продукции учитывает наличие особенностей товара, которые могут повлечь сходство с иными аналогичными товарами, в том числе сходство наименования товара и товарного знака, не принадлежащего производителю.

Учитывая изложенное, использование Ответчиком товарного знака при производстве и реализации Спорных товаров противоречит закону и не отвечает требованиям добропорядочности, предъявляемым к участникам гражданского оборота.

Способность причинения убытков конкуренту выразилась в том, что в результате введения ООО «Морозко» Спорных товаров в гражданский оборот возможно смешение товаров Заявителя и Ответчика.

Согласно пункту 3 статьи 1252 ГК РФ, правообладатель, обратившийся за защитой исключительного права, освобождается от доказывания размера причиненных ему убытков. Также Комиссия обращает внимание на вероятностный характер определения убытков.

Учитывая изложенное, действия ООО «Морозко» были способны причинить убытки Заявителю.

Кроме того, как следует из пункта 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции к недобросовестной конкуренции относятся также действия хозяйствующего субъекта, которые могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам-конкурентам. Таким образом, Комиссия обращает внимание на вероятностный характер определения убытков.

В действиях ООО «Морозко» присутствуют все признаки недобросовестной конкуренции, указанные в пункте 9 статьи 4 Закона о защите конкуренции.

Учитывая изложенное, Решением установлен факт нарушения пункта 1 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившегося в использовании ООО «Морозко» средств индивидуализации, правообладателем которых является ООО «Альянс» (лицензиат — ООО «Щелковский МПК»), для индивидуализации товаров

«пельмени».

Ответственность за совершение административного правонарушения предусмотрена частью 1 статьи 14.33 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП).

Согласно части 1 статьи 14.33 КоАП, недобросовестная конкуренция, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, за исключением случаев, предусмотренных статьей 14.3 КоАП и частью 2 указанной 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.

Дата совершения административного правонарушения: 10.10.2019.

Место совершения административного правонарушения: Московская область.

В соответствии с частью 1.2 статьи 28.1 КоАП, поводом к возбуждению дел об административных правонарушениях, предусмотренных статьями 14.9, 14.31, 14.32, 14.33, 14.40 настоящего Кодекса, является принятие комиссией антимонопольного органа решения, которым установлен факт нарушения антимонопольного законодательства Российской Федерации.

Поводом к возбуждению настоящего дела является Решение по делу № 050/01/14.6-1877/2019 о нарушении антимонопольного законодательства от 26.09.2019.

В соответствии с частью 6 статьи 4.5, срок давности привлечения к административной ответственности за административные правонарушения, предусмотренные статьями 14.9, 14.9.1, 14.31, 14.32, 14.33, 14.40 КоАП, начинается исчисляться со дня вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым установлен факт нарушения законодательства Российской Федерации.

Согласно письму ФАС России ИА/29631 от 28.08.2009 «О применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях», факт нарушения антимонопольного законодательства фиксируется комиссией антимонопольного органа в решении по делу о нарушении антимонопольного законодательства.

Закон о защите конкуренции не содержит положений о моменте вступления в силу Решения комиссии антимонопольного органа.

Тем не менее, из анализа статьи 52 Закона о защите конкуренции можно сделать вывод о том, что решение и предписание Комиссии антимонопольного органа вступают в силу со дня их принятия, поскольку исполнению подлежат только вступившие в законную силу ненормативные

акты органов исполнительной власти, а подача в суд или арбитражный суд заявления влечет приостановление исполнения предписания, которое основано на соответствующем решении комиссии антимонопольного органа.

Согласно части 2 статьи 49 Закона о защите конкуренции, датой принятия Решения комиссии антимонопольного органа считается дата изготовления его в полном объеме. При этом Решение должно быть изготовлено в полном объеме в срок, не превышающий десяти рабочих дней со дня оглашения его резолютивной части.

Таким образом, исходя из положений КоАП и Закона о защите конкуренции, дело об административном правонарушении по статьям 14.9, 14.31, 14.31.1 - 14.33 КоАП подлежит возбуждению после принятия Решения комиссией антимонопольного органа (изготовления Решения в полном объеме).

С этого момента начинается течение срока давности привлечения лица к административной ответственности в соответствии с частью 6 статьи 4.5 КоАП вне зависимости от того, было ли оно обжаловано в судебном порядке.

Обжалование Решения комиссии антимонопольного органа в судебном порядке в соответствии с КоАП не препятствует производству по делу об административном правонарушении, возбужденному на основании указанного Решения.

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

Оценив все обстоятельства и документы, приобщенные к материалам дела № 050/04/14.33-3165/2019, прихожу к выводу о том, что у ООО «Морозко» имелась возможность для соблюдения требований антимонопольного законодательства Российской Федерации, однако Обществом не были предприняты все зависящие от него меры по соблюдению данных требований.

Факт совершения административного правонарушения юридическим лицом – ООО «Морозко» (место нахождения: 188644, Ленинградская область, Всеволожский район, поселок Ковалево, ул. Поперечная, д. 15; ИНН: 4703140190, ОГРН: 1144703001750, дата регистрации в качестве юридического лица – 21.05.2014) подтверждается протоколом по делу № 050/04/14.33-3165/2019 об административном правонарушении

от 27.11.2019 г., а также другими материалами дела.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается характер совершенного административного правонарушения, имущественное и финансовое положения должностного лица (личность виновного, его имущественное положение) обстоятельства, смягчающие административную ответственность и отягчающие административную ответственность.

Доказательства малозначительности совершенного правонарушения не представлены и при рассмотрении дела не установлены.

Обстоятельством, смягчающих административную ответственность, по делу не установлено.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, по делу не установлено.

Обстоятельств, исключающих производство по делу, не установлено.

На основании изложенного, учитывая обстоятельства совершенного административного правонарушения, руководствуясь статьями 23.48, 29.1, 29.7, 29.9 КоАП,

ПОСТАНОВИЛ:

Признать ООО «Морозко» (место нахождения: 188644, Ленинградская область, Всевожский район, поселок Ковалево, ул. Поперечная, д. 15; ИНН: 4703140190, ОГРН: 1144703001750, дата регистрации в качестве юридического лица – 21.05.2014) виновным в совершении административного правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.33 КоАП, и назначить ему наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 КоАП 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 статьёй 31.5 КоАП.

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

Реквизиты для уплаты административного штрафа:

ИНН 7703671069 КПП 773401001

УФК по Московской области

(для Московского областного УФАС России)

Банк: ГУ Банка России по ЦФО
р/с 40101810845250010102
БИК 044525000
ОКТМО 46000000
КБК 161 1 16 01141 01 0033 140
УИН 16100500000000479626

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, возможно направить по факсу **8(499)755-23-23 доб. 050-892** или по электронной почте **to50@fas.gov.ru**.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП 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.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении, вынесенное должностным лицом в отношении юридического лица, может быть обжаловано в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в арбитражный суд в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статье 31.1 КоАП 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.

Заместитель руководителя

<...>