



## АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

Дніпропетровське обласне територіальне відділення

### РІШЕННЯ (ВИТЯГ) АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ

27 вересня 2016 року

м. Дніпро

№ 34/01-14/05-16  
Справа № 19/05-03-4/16

Про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та накладення штрафу

Адміністративна колегія Дніпропетровського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України (далі – адміністративна колегія територіального відділення), розглянувши подання з попередніми висновками другого відділу досліджень і розслідувань від 15.09.2016 року №75 та матеріали справи №19/05-03-4/16, відкритої розпорядженням адміністративної колегії територіального відділення 12.04.2016 року №19/01-15/05-16р за ознаками порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченого статтею 15<sup>1</sup> Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» щодо розміщення фізичною особою-підприємцем Бабай В.С. на упаковках Масла солодковершкового селянського, яке виготовлено відповідно до ДСТУ 4399:2005, інформації «Нацыянальныя беларускія традыцыі», «Традыцыі Беларусі»,

### ВСТАНОВИЛА:

В роздрібній торгівлі реалізовувалося масло солодковершкове селянське з масовою часткою жиру 72,7% «Нацыянальныя беларускія традыцыі» та «Традыцыі Беларусі» 200 г (єдиний штрих-код 4820051970956), масло солодковершкове селянське з масовою часткою жиру 72,7% «Традыцыі Беларусі» 400 г (штрих-код 4820051970994) (далі – Масло). Згідно з інформацією на упаковці масло вироблено ФОП (інформація з обмеженим доступом) на замовлення ФОП Бабай В.С. Адреса потужностей виробництва: вул. Радянська, 241-к, м. Новомосковськ, Дніпропетровська обл.

За інформацією ФОП Бабай В.С. упаковки (обгортки) Масла було виготовлено ТОВ (інформація з обмеженим доступом) відповідно до договору від (інформація з обмеженим доступом) року №(інформація з обмеженим доступом). ТОВ (інформація з обмеженим доступом) є розробником дизайну упаковок (обгортки) Масла, який погоджено з ФОП Бабай В.С. Отже, ФОП Бабай В.С., як власник продукції, який замовляв її виробництво, був обізнаний про інформацію, нанесену на упаковку продукції Масло та є належним відповідачем у даній справі.

Фізична особа-підприємець Бабай В.С. (інформація з обмеженим доступом) (далі – Підприємець), місцезнаходження юридичної особи: (інформація з обмеженим доступом).

Підприємець здійснює господарську діяльність за видом економічної діяльності «46.33 оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами» та є суб'єктом господарювання в розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

За інформацією Підприємця, реалізацію Масла (штрих-код 4820051970956) ним розпочато з січня-лютого 2015 року та реалізовано станом на 28.02.2015 року на суму (інформація з обмеженим доступом) гривень (з ПДВ).

По центру обгортки (упаковки) Масла на жовтому та білому фоні розміщено назву продукту: «МАСЛО солодковершкове селянське». Над назвою продукту поширено інформацію: «Нацыянальныя беларускія традыцыі» (далі – Упаковка 1) та «Традыцыі Беларусі» (далі – Упаковка 2). Також за інформацією Підприємця «МАСЛО солодковершкове селянське» з написом «Традыцыі Беларусі» ним вироблялось в упаковках з іншим дизайном (далі – Упаковка 3) та в упаковках по 400г (далі – Упаковка 4, штрих-код 4820051970994). За інформацією Підприємця реалізацію масла солодковершкового селянського упаковках по 400г. розпочато з квітня 2016 року та реалізовано станом на 23.04.2016 року на суму (інформація з обмеженим доступом) грн.

Масло реалізовувалось в Україні, покупцем є торгівельна мережа супермаркетів ТОВ (інформація з обмеженим доступом).

Згідно з інформацією на упаковках, масло 72,7% жиру виготовлено згідно ДСТУ 4399:2005, склад продукту: молоко коров'яче незбиране, вершки та молоко знежирене, отримані з коров'ячого молока, молоко незбиране сухе або нежирне сухе.

Виробництво масла вершкового в Україні регламентується державним стандартом: ДСТУ 4399:2005 «Масло Вершкове». Пунктом 1.1 цього стандарту передбачено, що він поширюється на масло вершкове, виготовлене тільки з коров'ячого молока та (або) продуктів його перероблення та призначене для безпосереднього вживання в їжу, кулінарних цілей, використання на підприємствах ресторанного господарства та у харчовій промисловості.

Упаковка 1



Упаковка 2



Упаковка 4



Упаковка 3



На вимогу територіального відділення від 12.02.2016 року № 349/21/05-16 Підприємець надав інформацію, згідно якої виробником масла, яке було розфасовано в Упаковку 1, 2, 3, 4 є ТОВ (інформація з обмеженим доступом). Тобто сировина (масло солодковершкове селянське) для фасування в Упаковку 1, 2, 3, 4 вироблена в Україні та розфасована відповідно до договору про виготовлення продукції з давальницької сировини від (інформація з обмеженим доступом) року № (інформація з обмеженим доступом) ФОП (інформація з обмеженим доступом) для Підприємця, який є власником Масла.

Розміщуючи на упаковках написи «Нацыянальныя беларускія традыцыі», «Традыцыі Беларусі», Підприємець поширює інформацію щодо істотної відмінності Масла солодковершкового селянського порівняно з аналогічним харчовим продуктом інших вітчизняних виробників.

Основні вимоги до етикетування харчових продуктів визначені Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» (далі - Закон), «Технічним регламентом щодо правил маркування харчових продуктів» (далі - Регламент), затвердженим Наказом Держспоживстандарту України № 487 від 28.10.2010 та ДСТУ 4518-2008 «Продукти харчування. Маркування для споживачів. Загальні правила» (далі - ДСТУ 4518-2008).

Відповідно до статті 5 Регламенту маркування харчових продуктів та спосіб, яким його виконують, не повинні вводити в оману споживача стосовно: характеристик харчового продукту, зокрема його природи, ідентичності, властивостей, стану, складу, кількості, часових характеристик придатності (зберігання), походження, способу виробництва чи одержання; повідомлення щодо особливих властивостей харчового продукту, хоча всі подібні продукти мають такі

самі властивості.

Відповідно до статті 6 Регламенту у маркуванні, оформленні, рекламуванні харчових продуктів забороняється використання будь-якої інформації, яка вводить в оману споживача або містить інформацію щодо властивостей харчового продукту, яких у нього немає.

Згідно зі статтею 39 Закону забороняється обіг харчових продуктів, маркування яких не відповідає вимогам законодавства, маркування харчових продуктів повинно забезпечувати споживача інформацією, яка надає йому можливість здійснити вибір харчового продукту відповідно до потреб споживача.

Відповідно до пункту 7 Регламенту назва харчового продукту повинна бути зрозумілою для споживача, конкретно та точно характеризувати продукт, розкривати його природу, походження, надавати можливість відрізнити певний вид харчового продукту від інших аналогічних видів харчових продуктів. Згідно з ДСТУ 4518-2008 інформація для споживача повинна бути чіткою, конкретною, однозначною, забезпечувати споживачу можливість правильного вибору продукту та нести правдиві відомості щодо продукту. Інформація, яка стосується складу, властивостей, харчової цінності, природи походження, способів виготовлення та споживання, а також інших властивостей, які характеризують прямо або опосередковано безпечність і якість харчового продукту, повинна забезпечувати однозначне сприйняття споживачем та унеможливити помилкове сприйняття цього продукту за інший близький до нього за зовнішнім виглядом або органолептичними показниками (пункт 4.2, розділ 4).

На вимогу територіального відділення про надання інформації від 12.02.2016 року №349/21/05-16 Підприємець листом від 04.03.2016 року №12 повідомив, що розміщуючи напис «Нацыянальныя беларускія традыцыі» на Упаковках 1, 2, 3, 4 він намагався донести до споживача інформацію щодо якості Масла, зважаючи на те, що у широкого кола споживачів продукція, яка виготовлена в республіці Беларусь асоціюється, як продукція з натуральної сировини без додавання рослинних жирів та консервантів, за технологією, розробленою за часів Радянського Союзу. Підприємець також повідомив, що сировина купувалася на території України.

Проте, Масло вироблено в Україні національним виробником на підставі національних стандартів.

За результатами опитування споживачів, проведеного в рамках розгляду даної справи, при позначенні на етикетці (обгортці) масла солодковершкового селянського з масовою часткою жиру 72,7%, інформація у вигляді напису «Нацыянальныя беларускія традыцыі», «Традыцыі Беларусі» ними сприймається, як така, що повідомляє споживачам про вироблення цього масла в Беларусії білоруським виробником (95,24%).

Поряд із цим, за результатами опитування споживачів, розміщення ФОП Бабай В.С. на упаковках (обгортках) масла солодковершкового селянського інформації «Нацыянальныя беларускія традыцыі» та «Традыцыі Беларусі», в той час як це масло солодковершкове селянське виготовлено в Україні з української сировини за ДСТУ 4399:2005, може вплинути на наміри споживачів щодо придбання саме масла солодковершкового селянського виробництва ФОП Бабай В.С. (90,48%) та ввести споживачів в оману (95,2%).

Також споживачі при опитуванні зазначили, що надають переваги маслу солодковершковому селянському, на упаковках (обгортках) якого нанесено інформацію «Нацыянальныя беларускія традыцыі» та «Традыцыі Беларусі» (52,38%), оскільки, вони сприймають інформацію як таку, що повідомляє споживачам, що масло виготовлено за традиціями та державними стандартами

Беларусії (90,47%).

Споживчі властивості продукції є одним з основних критеріїв, які впливають на вибір споживача. При виборі товару, споживач орієнтується на його ціну, якість та споживчі властивості та віддає перевагу продукції того виробника, котра забезпечує, на його думку, краще відповідне співвідношення.

Споживач, базуючись на оманливій інформації, може віддати перевагу товарам певного суб'єкта господарювання, а конкуренти, які конкурують добросовісно, можуть втратити своїх покупців через дезорієнтацію споживача.

Ринок виробництва та реалізації масла є потенційно конкурентним, представлений широким асортиментом продукції, різних виробників як Дніпропетровської області (ПАТ «Комбінат Придніпровський», ТОВ «Інтер-Мол» та інші), так і інших областей. Тобто, Підприємець може отримати неправомірні переваги у конкуренції, посилюючи свою конкурентну позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення на упаковках, в рекламі оманливих відомостей про цей продукт.

Так, за інформацією, отриманою від суб'єктів господарювання, що здійснюють діяльність на ринку виробництва масла солодковершкового селянського (далі - Конкуренти), (початок цитати) «використання в позначенні назви іншої держави може вплинути на намір споживача придбати саме цей товар, оскільки для певної категорії споживачів це може означати, що продукція виготовлена в іншій державі. В той же час, використання в позначенні словосполучення «Беларускія традиції», «Традыціі Беларусі» може ввести в оману споживача через те, що виробник не робить акцент на тому, що продукція виготовлена в Україні, однак створює ілюзію, що товар виготовлено в іншій державі» (кінець цитати). Конкуренти повідомили, що (початок цитати) «український виробник **навмисно** розмістив недостовірну інформацію на упаковках (обгортках) масла солодковершкового селянського «Нацыянальныя беларускія традиціі» та «Традыціі Беларусі», щоб **суттєво вплинути на намір споживача та ввести його в оману стосовно країни походження** масла. Ринкова поведінка українського виробника щодо розміщення на упаковках (обгортках) масла солодковершкового селянського інформації «Нацыянальныя беларускія традиціі» та «Традыціі Беларусі», не є добросовісною, а виробник може отримати неправомірні переваги у конкуренції, вчиняючи вказані дії.» (кінець цитати)

Також Конкуренти зазначили, що розміщення на упаковках (обгортках) масла солодковершкового селянського інформації «Нацыянальныя беларускія традиціі» та «Традыціі Беларусі», в той час як це масло солодковершкове селянське виготовлено в Україні з української сировини за ДСТУ 4399:2005, (початок цитати) «неправомірно, бо це шкодить українському виробнику, а ринкова поведінка є недобросовісною, тому що масло дійсно виготовлено в Україні з української сировини.» (кінець цитати)

Таким чином, конкуренти могли втратити своїх, введених в оману потенційних споживачів, а Підприємець, в свою чергу, отримати неправомірні переваги у конкуренції при реалізації товару, посилюючи свою конкурентну позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неточних відомостей щодо споживчих властивостей на етикетці товару, який реалізує.

Підприємець, ввівши в господарський обіг та реалізуючи Масло, на упаковках якого міститься інформація «Нацыянальныя беларускія традиціі» та «Традыціі Беларусі», в той час як Масло виготовлено в Україні за ДСТУ 4399:2005 без використання сировини білоруського походження, поширював неточні відомості про

походження товару, що могли вплинути на наміри споживачів щодо придбання товарів Підприємця.

Отже, матеріалами справи доведено, що Підприємець, розмістивши інформацію «Нацыянальныя беларускія традыцыі» та «Традыцыі Беларусі» на Упаковках 1, 2, 3, 4 (при тому, що Масло вироблено в Україні за ДСТУ 4399:2005, без використання сировини білоруського походження) через інших осіб (торгівельні мережі) повідомив невизначеному колу осіб (потенційним споживачам) неточні відомості, що можуть вплинути на наміри споживачів щодо придбання товарів Підприємця.

Таким чином, Підприємець міг здобути неправомірні переваги на відповідному ринку, зокрема посилити свою конкурентну позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом введення в оману споживачів.

За визначенням, «економічна конкуренція (конкуренція) - змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку». За умови відсутності домовленостей або змов, конкуренція завжди присутня у взаємовідносинах суб'єктів господарювання. Проте, таке ринкове змагання повинно відбуватись за визначеними правилами, які спрямовані на встановлення, розвиток і забезпечення торгових та інших чесних звичаїв ведення конкуренції при здійсненні підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин, забезпечувати охорону інтересів широкої громадськості та її зацікавленості не тільки у вільній, але й у чесній конкуренції.

Відповідно до частині 3 ст. 10 bis Паризької конвенції поширення будь-якої інформації, що вводить в оману, є несумісним з добрими звичаями конкуренції.

Відповідно до статті 15<sup>1</sup> Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» поширенням інформації, що вводить в оману, є повідомлення суб'єктом господарювання, безпосередньо або через іншу особу, одній, кільком особам або невизначеному колу осіб, у тому числі в рекламі, неповних, неточних, неправдивих відомостей, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань, що вплинули або можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, робіт, послуг цього суб'єкта господарювання.

Таким чином, дії ФОП Бабай В.С. щодо розміщення на упаковках Масла солодковершкового селянського (штрих-код 4820051970956, штрих-код 4820051970994), яке виготовлено в Україні за ДСТУ 4399:2005, без використання сировини білоруського походження, інформації «Нацыянальныя беларускія традыцыі», «Традыцыі Беларусі» та поширення у такий спосіб неточних відомостей про походження товару, є порушенням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбачене статтею 15<sup>1</sup> Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення суб'єктом господарювання через іншу особу невизначеному колу осіб неточних відомостей, що можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання.

На подання про попередні висновки у справі, направлене на адресу Підприємця (згідно повідомлення про вручення поштового відправлення від 16.09.2016 року № 4900400997859) та опубліковане на сайті територіального відділення 22.09.2016 року, від Підприємця отримано лист без дати, б/н (вхідний територіального

відділення від 27.09.2016 року № 2437/29/05-16), в якому Підприємець зазначив, що повністю згоден з попередніми висновками.

Від Підприємця не отримано іншої додаткової інформації або документів, які б не були враховані під час розгляду справи і можуть вплинути на прийняття цього рішення.

Згідно з частиною першою статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», вчинення суб'єктами господарювання дій, визначених цим Законом як недобросовісна конкуренція, тягне за собою накладення штрафу у розмірі до п'яти відсотків доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) суб'єкта господарювання за останній звітний рік, що передував року, в якому накладається штраф.

Відповідно до листа Підприємця від 08.07.2016 № 25 (початок цитати) «дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ФОП Бабай В.С. за 2015 рік склала (інформація з обмеженим доступом)» (кінець цитати). Відповідно до копії податкової декларації про майновий стан і доходи ФОП Бабай В.С. за 2015 рік (інформація з обмеженим доступом) гривень (код рядка 12) це «загальна сума річного доходу (рядок 10+ рядок 11)».

Проте, відповідно до розрахунку податкових зобов'язань з податку на доходи фізичних осіб та військового збору з доходів, отриманих самозайнятою особою, що є додатком Ф4 до податкової декларації про майновий стан і доходи, затвердженої наказом Міністерства фінансів України від 02 жовтня 2015 року №859, що надана Підприємцем листом від 08.07.2016 № 25 (далі – Розрахунок 1), сума одержаного доходу від провадження ним підприємницької діяльності за 2015 рік склала (інформація з обмеженим доступом) гривень.

Відповідно до листа Головного управління ДФС у Дніпропетровській області від (інформація з обмеженим доступом) року № (інформація з обмеженим доступом) в розрахунку податкових зобов'язань з податку на доходи фізичних осіб та військового збору з доходів, отриманих самозайнятою особою, що є додатком Ф4 до податкової декларації про майновий стан і доходи, затвердженої наказом Міністерства фінансів України від 02 жовтня 2015 року №859 (далі – Розрахунок 2), сума одержаного доходу від провадження ним підприємницької діяльності за 2015 рік склала (інформація з обмеженим доступом) гривень. Згідно Розрахунку 1, 2 – (інформація з обмеженим доступом) гривень – це «сума чистого оподаткованого доходу (грн., коп.) (графа 4 - графа 5 - графа 6 - графа 7) (грн., коп.)».

Таким чином, дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) Підприємця за 2015 рік, становить (інформація з обмеженим доступом) гривень.

На дату прийняття цього рішення Підприємцем не надано документів, які б свідчили про припинення порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції.

При визначенні штрафу враховано:

- порушення ФОП Бабай В.С. законодавства про захист від недобросовісної конкуренції не припинено.

Враховуючи викладене, керуючись статтею 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтею 48 Закону України «Про захист економічної конкуренції», частиною першою статті 21, статтями 27, 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», пунктом 32 Правил розгляду справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19.04.1994 року №5, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 06.05.1994 року за №90/299 (в редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від

29.06.1998 року №169-р), зі змінами, адміністративна колегія територіального відділення

**ВИРІШИЛА:**

1. Визнати дії ФОП Бабай В.С. (інформація з обмеженим доступом) щодо розміщення на упаковках Масла солодковершкового селянського (штрих-код 4820051970956, штрих-код 4820051970994), яке виготовлено в Україні за ДСТУ 4399:2005, без використання сировини білоруського походження, інформації «Нацыянальныя беларускія традыцыі», «Традыцыі Беларусі» та поширення у такий спосіб неточних відомостей про походження товару, порушенням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченим статтею 15<sup>1</sup> Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення суб'єктом господарювання через іншу особу невизначеному колу осіб неточних відомостей, що можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання.

2. Відповідно до частини першої статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» за вчинення порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, зазначеного у п. 1, накласти штраф на фізичну особу-підприємця Бабай В.С. (і.к. 2686313659) у розмірі 68000 (шістдесят вісім тисяч) гривень.

3. Зобов'язати ФОП Бабай В.С. (інформація з обмеженим доступом) припинити порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, зазначене у п. 1, шляхом припинення поширення інформації, що вводить в оману, на упаковках продукції масло солодковершкове селянське (штрих-код 4820051970956, штрих-код 4820051970994) у двомісячний термін.

Згідно частини восьмої статті 56 Закону України «Про захист економічної конкуренції» протягом п'яти днів з дня сплати штрафу суб'єкт господарювання зобов'язаний надіслати відповідно до Антимонопольного комітету України або його територіального відділення документи, що підтверджують сплату штрафу.

Відповідно до частини першої статті 60 Закону України «Про захист економічної конкуренції» рішення може бути оскаржено повністю або частково до господарського суду у двомісячний строк з дня його одержання. Цей строк не може бути відновлено.

Голова  
адміністративної колегії

О.Я. ТУРКОВСЬКИЙ