



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ
Дніпропетровське обласне територіальне відділення

РІШЕННЯ
АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ

29.09.2017 р.

м. Дніпро

№ 33/01-14/06-17

Справа №29/06-03-4/17

Про порушення законодавства
про захист економічної конкуренції
та накладення штрафу

Адміністративна колегія Дніпропетровського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України (надалі – адміністративна колегія) розглянувши подання про попередні висновки у справі третього відділу досліджень і розслідувань Дніпропетровського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України від 29.08.2017 року № 129 та матеріали справи №29/06-03-4/17, розпочатої розпорядженням адміністративної колегії Дніпропетровського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України від 20.04.2017 року №30/01-15/06-17р за ознаками порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману шляхом поширення суб'єктом господарювання інформації, 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) товарів цього суб'єкта господарювання, в діях товариства з обмеженою відповідальністю «СНЕК ЕКСПОРТ» (і. к. 33324584),

ВСТАНОВИЛА:

У ході контролю за дотриманням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції в одному з магазинів торгівельної мережі «Караван» (сmt. Слобожанське) Дніпропетровським обласним територіальним відділенням Антимонопольного комітету України (надалі – територіальне відділення) було виявлено факт реалізації товару: «LAVASH chips сыр «Контэ» в сметанном соусе»/ «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком сиру «Контэ» у сметанному соусі» (штриховий код 4820078779181) (надалі – Товар; Продукція), які виготовляє товариство з обмеженою відповідальністю «СНЕК ЕКСПОРТ» (надалі – Товариство; ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ»).

ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» (і. к. 33324584), місцезнаходження юридичної особи: 49000 м. Дніпро, вул. Молодогвардійська, 32 Б.

ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» є юридичною особою, вправі від свого імені укладати угоди, має круглу печатку, фірмові бланки, самостійний баланс, розрахункові рахунки у банках згідно чинного законодавства.

Згідно довідки з Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, основним видом діяльності Товариства за КВЕД-2010 є, зокрема, 46.39 – неспеціалізована оптова торгівля продуктами харчування, напоями та тютюновими виробами; 46.90 – неспеціалізована оптова торгівля.

Таким чином, ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» здійснює господарську діяльність та у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» є суб'єктом господарювання.

За отриманими від ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» документами та зразками упаковок з'ясовано, що Товариство, крім зазначеного Товару, здійснює ще виробництво та реалізацію нижченаведених товарів:

- «LAVASH chips лук – порей с сыром «Эмменталь» / «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком цибулі – порей та сиру Емменталь» (штриховий код 4820078779167);

- «LAVASH chips французский соус с зернами горчицы» / «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком французького соусу із зернами гірчиці» (штриховий код 4820078779174);

- «LAVASH chips барбекю» / «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком барбекю» (штриховий код 4820078779969) (надалі – Товар; Товари; Продукція).

За інформацією ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» з'ясовано, що оформлення упаковки Продукції, розроблено Товариством самостійно. Упаковки Продукції виготовлялись [інформація з обмеженим доступом]. Продукція реалізовувалась на усій території України (окрім окупованих територій). Канали реалізації Продукції – торговельні мережі, оптові покупці.

Таким чином, відомості (інформація) на упаковках Продукції поширювалась Товариством через інших осіб невизначеному колу осіб.

За інформацією ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» (початок цитати): «Товариством здійснювались наступні заходи з рекламування Продукції:

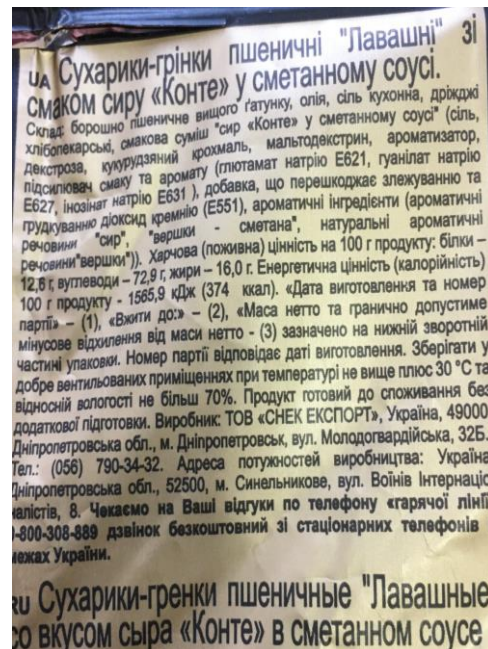
[інформація з обмеженим доступом]

Упаковка Товару ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» наведена нижче:

Лицьова сторона упаковки Товару:



Фрагмент зворотної сторони упаковки Товару:



В ході розгляду справи з'ясовано, що ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» розміщено на лицьовій стороні упаковки Товару напис: «LAVASH chips сыр «Конте» в сметанном соусе».

У безпосередній близькості з малюнком (сиру, сметани, соусу, чіпсів, лавашу) на лицьовій стороні упаковки Товару відсутні написи «зі смаком» або «з ароматом». Напис: «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком сиру «Конте» у сметанному соусі»

розміщено знизу, на заломі лицьової сторони упаковки Товару та нанесено меншим шрифтом ніж напис: «LAVASH chips сыр «Контэ» в сметанном соусе».

На зворотній стороні упаковки Товару розміщено написи: (початок цитати): «Сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком сиру «Конте» в сметанному соусі». Склад Товару: «борошно пшеничне вищого гатунку, олія, сіль кухонна, дріжджі хлібопекарські, смакова суміш *сир «Конте» в сметанному соусі*,...ароматизатор, підсилювач смаку та аромату... ароматичні інгредієнти (ароматичні речовини *сир* , * вершки - сметана*, натуральні ароматичні речовини * вершки*...» (кінець цитати).

Таким чином, Товариство одночасно розмістило на упаковці дві назви Товару.

Разом з цим, ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» поширювало на упаковці Товару, інформацію щодо вмісту в Товарі «сыру «Контэ» в сметанном соусе», що суперечить складу Товару.

Тобто, Товариство використало у назві Товару напис «сыр «Контэ» в сметанном соусе», в той час, як до складу Товару натуральний сир та сметана не входять, що може ввести споживача в оману стосовно споживчих властивостей цього товару.

Отже, враховуючи упаковку Товару, ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» поширювало неточні відомості про споживчі властивості, характеристики товару, його назву.

Враховуючи те, що товари, які містять натуральні компоненти та товари, які містять ароматизатори та смакові наповнювачі, є різними товарами, Товариство оформило упаковку Товару у такий спосіб, який ускладнює сприйняття споживачами інформації про споживчі властивості, характеристики Товару, зокрема щодо його назви.

За інформацією отриманою територіальним відділенням від ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» (початок цитати): «загальною назвою Продукції є сухарики-грінки, власною назвою – пшеничні «Лавашні» зі смаком сиру «Конте» у сметанному соусі» (кінець цитати).

[інформація з обмеженим доступом] Товариством зазначена назва товарної позиції: «Сухарики – грінки «Лавашні» зі смаком сиру «Конте» у сметанному соусі, ТМ «Snekkin».

Таким чином, фактично Товаром, який виробляє та реалізує ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ»: є «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком сиру «Конте» у сметанному соусі».

Разом з цим, домінуючою інформацією у назві Товару ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ», яка наведена товариством на лицьовій стороні упаковки є: «LAVASH chips сыр «Контэ» в сметанном соусе».

Як вже зазначалось, повні відомості (інформація) щодо назви Товару наведені на заломі лицьової сторони упаковки Товару та нанесено меншим шрифтом ніж напис: «LAVASH chips сыр «Контэ» в сметанном соусе» і на зворотній стороні упаковки.

Отже, суттєву інформацію щодо повної назви Товару, а як наслідок споживчих властивостей Товару, в домінуючій частині лицьової сторони упаковки ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» замовчано, тобто ця інформація є неточною.

За результатом аналізу упаковок Товарів, отриманих від ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» з'ясовано, що подібні способи викладення відомостей (інформації) спостерігаються на упаковках інших перелічених вище Товарів, які виробляє та реалізує ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ».

Так, Товариством на лицьовій стороні упаковок Товарів розміщена інформації у вигляді написів LAVASH chips:

- «французский соус с зернами горчицы»,
- «лук – порей с сыром «Эмменталь»,
- «барбекю».

У безпосередній близькості з малюнками на лицьових сторонах упаковок Товарів відсутні написи «зі смаком». Написи «зі смаком» розміщені знизу, на заламах лицьових сторін упаковок Товарів та нанесені меншим шрифтом ніж написи: LAVASH chips: «французский соус с зернами горчицы», «лук – порей с сыром «Эмменталь», «барбекю».

На зворотній стороні упаковки Товару розміщено написи: (початок цитати): «Сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком цибулі – порей з сиром «Емменталь». Склад Товару: «борошно пшеничне вищого гатунку, олія, сіль кухонна, дріжджі хлібопекарські, смако-ароматична суміш *цибуля– порей з сиром «Емменталь»*,...ароматичні препарати..., ароматичні речовини, підсилювач смаку та аромату...» (кінець цитати).

[інформація з обмеженим доступом] Товариством зазначена назва товарної позиції: «Сухарики – грінки «Лавашні» зі смаком цибулі – порей з сиром «Емменталь», ТМ «Snekkin».

Таким чином, фактично Товаром, який виробляє та реалізує ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ»: є «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком цибулі – порей з сиром «Емменталь».

На зворотній стороні упаковки Товару розміщено написи: (початок цитати): «Сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком французького соусу із зернами гірчиці. Склад Товару: «борошно пшеничне вищого гатунку, олія, сіль кухонна, дріжджі хлібопекарські, смакова суміш *французький соус із зернами гірчиці *...підсилювачі смаку та аромату...ароматизатори...» (кінець цитати).

[інформація з обмеженим доступом] Товариством зазначена назва товарної позиції: «Сухарики – грінки «Лавашні» зі смаком французького соусу із зернами гірчиці», ТМ «Snekkin».

Таким чином, фактично Товаром, який виробляє та реалізує ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ»: є «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком французького соусу із зернами гірчиці.

На зворотній стороні упаковки Товару розміщено написи: (початок цитати): «Сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком барбекю». Склад Товару: «борошно пшеничне вищого гатунку, олія, сіль кухонна, дріжджі хлібопекарські, смакова суміш «Барбекю» ...ароматизатор ідентичний натуральному «Барбекю»... ароматичні компоненти (ароматичні речовини, ароматичні препарати, копильний ароматизатор (ароматизатор диму)...» (кінець цитати).

[інформація з обмеженим доступом] Товариством зазначена назва товарної позиції: «Сухарики – грінки «Лавашні» зі смаком барбекю», ТМ «Snekkin».

Таким чином, фактично Товаром, який виробляє та реалізує ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ»: є «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком барбекю».

Таким чином, внаслідок обраного способу викладення відомостей (інформації) на лицьових сторонах упаковок Товарів, ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» поширювало неточні відомості (інформацію), шляхом замовчування повної назви Товарів, як наслідок споживчих властивостей Товарів, в домінуючій частині лицьових сторін упаковок, що могло ввести в оману споживачів.

Згідно з вимогами ДСТУ 4518-2008 «Продукти харчові. Маркування для споживачів. Загальні правила» (надалі - ДСТУ), виробник (продавець) зобов'язаний своєчасно надавати споживачу інформацію про харчові продукти. Ця інформація не повинна вводити в оману споживача. 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.** Викладена інформація повинна бути зрозуміла, чітка, легко сприйнята та прочитана пересічним споживачем.

Відповідно до пункту другого статті 39 Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» маркування харчових продуктів повинно забезпечувати споживача інформацією, яка надає йому можливість здійснити вибір харчового продукту відповідно до потреб споживача.

Крім цього, у пункті 5 Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів, затвердженого наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 28.10.2010 року № 487, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 11.02.2011 року за № 183/18921, передбачено, що маркування продуктів та спосіб, яким його виконують, не повинні вводити в оману споживача стосовно, зокрема, характеристик харчового продукту, його складу, властивостей.

Як пояснило Товариство (початок цитати): «У безпосередній близькості з малюнком на лицьовій стороні упаковки Продукції відсутні написи «зі смаком» або з «ароматом», бо малюнок не є позначкою, що імітує смак чи аромат продукту. В даному разі малюнок – це

приклад сервірування, про що є позначка у безпосередній близькості до малюнку. В даному випадку позначка «сыр «Контэ в сметанном соусе» дозволяє полегшити вибір споживачів продукції Товариства, зокрема, серед чотирьох позицій сухариків - грінок «Лавашних». (кінець цитати).

Таке твердження Товариства не можливо прийняти до уваги, оскільки повної назви Товарів не має ні поряд з малюнками, ні в тексті, в домінуючій частині лицьової сторони упаковок Товарів.

Як повідомило ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» (початок цитати): «Розмір шрифтів, якими нанесені позначки: «французский соус с зернами горчицы *», «лук – порей с сыром «Эмменталь*», «барбекю* в центрі упаковок Продукції 3,82 мм, Розмір шрифту назви Продукції знизу лицьової сторони упаковки становить 2,05 мм. Просимо звернути увагу на те, що шрифти вищезазначених розмірів однакові для всіх асортиментних позицій сухариків - грінок «Лавашних».

Разом з цим, за результатом аналізу упаковок Товарів з'ясовано, що розмір упаковок (170 мм x 270 мм) дозволяв викласти відомості (інформацію), яку ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» розміщувало внизу на заламах упаковок, у доступний для сприйняття спосіб.

Не кожен споживач звертає увагу на інформацію щодо назви продукції, її складу, які нанесені дрібним шрифтом (мінімальним шрифтом), на інформацію нанесену на заламах упаковок товарів, на інформацію на звороті упаковок, а приділяє більшу увагу інформації, що зазначена саме у назві товарів на лицьовій поверхні упаковок та інформації, що зазначена в центральній (домінуючій) частині упаковок, яка нанесена шрифтом доступним для зору та приділяє увазі тим зображенням, які можуть створювати уявлення про споживчі властивості, або характеристики товару.

Відповідно до вимог ДСТУ 4518-2008 Національного стандарту України «ПРОДУКТИ ХАРЧОВІ. МАРКУВАННЯ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ.» (надалі - ДСТУ 4518-2008) (початок цитати): «Під час маркування харчових продуктів дозволено наносити позначку, яка імітує продукти, сировинні компоненти, рослини, тварини, які не було використано під час виготовлення харчового продукту, за умови одночасного виконання таких вимог: а) рецептурою (технологічною інструкцією), згідно з якою виробляють харчовий продукт, передбачено використання ароматизаторів, ароматичних препаратів, які надають продукту смаку (аромату) продуктів, сировинних компонентів, рослин, які не були використані під час виготовлення харчового продукту; б) у безпосередній близькості з ідентифікаційною позначкою розташовано напис: «зі смаком» або «з ароматом». Загальний розмір ідентифікаційної позначки з написом: «зі смаком» або «з ароматом» не повинен перевищувати 1/6 частини маркування. **Цей напис має бути нанесено розбірливо, шрифтом не меншим, ніж назва харчового продукту»** (кінець цитати).

Згідно з ДСТУ 4518-2008, виробник (продавець) зобов'язаний своєчасно надавати споживачу інформацію про харчові продукти. Ця інформація не повинна вводити в оману споживача. 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 унеможлиблювати помилкове сприйняття цього продукту за інший, близький до нього за зовнішнім виглядом або органолептичними показниками.

Відповідно до п. 4.5.1.1. ДСТУ 4518-2008, назву продукту складають, як правило, з декількох слів, вона має бути зрозумілою для споживача, конкретно та правдиво характеризувати продукт, розкривати його природу, походження, давати змогу вирізнити даний продукт від інших.

Вищезазначеним ДСТУ не дозволяється використовувати в назвах харчових продуктів, назви натуральних харчових продуктів які в тій чи іншій формі не входять в їхній склад.

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. Інформація Товариства на упаковках Товарів може сприйматись споживачами, як свідчення того, що споживчі властивості Товарів, враховуючи інформацію на упаковках, вищі, ніж їх аналогів у конкурентів.

Споживач, обираючи серед видів снекової продукції, сподівається отримати таку продукцію, що відповідає його потребам, керуючись інформацією заявленою виробником. Зокрема, споживач може обрати снекову продукцію виходячи зі смакових уподобань, поживних властивостей (тощо), які присутні у такому продукті.

Назва та вид снекової продукції повинні бути зрозумілими для споживача, конкретно та точно характеризувати продукт, розкривати його природу, походження, надавати можливість відрізнити певний вид снекової продукції від інших аналогічних видів снекової продукції.

Під час розгляду справи для з'ясування сприймання споживачами інформації на упаковках Товарів було проведено опитування думки споживачів.

За результатом опитування споживачів встановлено наступне.

На питання, Чи є Ви споживачем снекової продукції? - **79,2 %** повідомили, що **ТАК**, **20,8%** повідомили, що **НІ**.

На питання, на що Ви звертаєте увагу при виборі снекової продукції?

5,1% на виробника

28,20 % на оформлення упаковок в цілому (малюнки, написи, тощо), що розміщені на лицьовій стороні упаковки

5,1 % на написи, що розміщені дрібним шрифтом

7,7% на написи, що розміщені великим шрифтом

30,8 % на склад продукції

15,4 % на ціну

5,1 % важко відповісти

2,6% інше «выбираю по вкусу добавки»

Яким із снекової продукції Ви віддасте перевагу:

87,5 % до складу яких входять натуральні складники.

Ніхто зі споживачів не віддав перевагу снекової продукції до складу яких входять ароматизатори, смакові суміші, ароматичні суміші та ароматичні інгредієнти (ароматичні речовини)

8,3 % важко відповісти

4,2% інше «ніякій»

На питання, чи звернули Ви увагу на інформацію, яка розміщена на заломі упаковок товарів? - **87,5 %** повідомили, що **НІ**, **12,5%** повідомили, що **ТАК**.

На питання, чи звернули Ви увагу на зірочки (*), які розміщені поблизу з написами на упаковках товарів? - **87,5 %** повідомили, що **НІ**, **12,5%** повідомили, що **ТАК**.

На питання, чи однаковими шрифтами виконані написи на упаковках товарів?:

- «сыр «Контэ» в сметанном соусе» та «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком сиру «Контэ» у сметанному соусі»

- «лук – порей с сыром «Эменталь» та «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком цибулі – порей та сиру Ементаль»

- «французский соус с зернами горчицы» та «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком французького соусу із зернами гірчиці»

- «барбекю» та «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком барбекю» - **100%** повідомили, що **НІ**.

На питання, який з написів на упаковках товарів привертає більшу увагу?

95,8% напис «сыр «Контэ» в сметанном соусе»

4,2% напис «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком сиру «Контэ» у сметанному соусі»

95,8 % напис «лук – порей с сыром «Эменталь»

4,2% напис «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком цибулі – порей та сиру Ементаль»

95,8% напис «французский соус с зернами горчицы»

4,2% напис «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком французького соусу із зернами гірчиці»

95,8% напис «барбекю»

4,2% напис «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком барбекю»

На питання, чи може, на Вашу думку, до снекової продукції, зокрема чіпсів, додаватися «сир», «зерна гірчиці», «цибуля»? - **62,5%** повідомили, що **ТАК**; **33,3%** повідомили, що **НІ**; **4,2%** зазначили «только лук» (мова оригіналу).

На питання, з чим у Вас асоціюється інформація, у вигляді написів «сир «Контэ» в сметанном соусе», «лук – порей с сыром «Эмменталь», «французский соус с зернами горчицы», «барбекю», які розміщені на лицьовій стороні упаковок продукції?

77,8% до складу входять натуральні складники

14,8% до складу входять ароматизатори, смакові суміші, ароматичні суміші та ароматичні інгредієнти (ароматичні речовини)

7,4% інше «90% сыру, луку...», «я не жду в чипсах сыр, ясно, что там, ароматизатор».

На питання, з чим у Вас асоціюється малюнки з сиром, сметаною, соусом, чіпсами, лавашу, гірчицею, барбекю, які розміщені на лицьовій стороні упаковок продукції?

80,8% до складу входять натуральні складники

7,7% до складу входять ароматизатори, смакові суміші, ароматичні суміші та ароматичні інгредієнти (ароматичні речовини)

3,8% важко відповісти

7,7 % інше

На питання стосовно сприйняття щодо розміщення на лицьовій стороні упаковках товарів інформації у вигляді написів «сир «Контэ» в сметанном соусе», «лук – порей с сыром «Эмменталь», «французский соус с зернами горчицы», «барбекю» в той час, як до складу продукції входять смакові суміші, ароматичні суміші та ароматичні інгредієнти (ароматичні речовини)? **Ускладнене** повідомили - **87,5%** опитуваних, **зрозуміле** - **12,5%**.

Сприйняття щодо одночасного розміщення на лицьовій стороні упаковок товарів інформації у вигляді написів «сир «Контэ» в сметанном соусе», «лук – порей с сыром «Эмменталь», «французский соус с зернами горчицы», «барбекю» та розміщення знизу на заломі упаковок товарів меншим шрифтом ніж його назва написів «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком сиру «Конте» у сметанному соусі», «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком цибулі – порей та сиру Емменталь», «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком французького соусу із зернами гірчиці», «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком барбекю», в той час, як до складу продукції входять смакові суміші, ароматичні суміші та ароматичні інгредієнти (ароматичні речовини)? **Ускладнене** повідомили - **87,5%** опитуваних, **Зрозуміле** - **12,5%**.

На питання, яка інформація, на Вашу думку, на лицьовій стороні упаковок товарів є домінуючою? Опитуванні повідомили:

57,6 % малюнок з зображенням сиру, сметани, соусу, чіпсів, лавашу

42,4% напис «сир «Контэ» в сметанном соусе»

Ніхто зі споживачів не відповів, що напис: «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком сиру «Конте» у сметанному соусі»

57,6 % малюнок з зображенням сиру, луку, чіпсів, лавашу

42,4% напис «лук – порей с сыром «Эмменталь»

Ніхто зі споживачів не відповів, що напис «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком цибулі – порей та сиру Емменталь»

57,6 % малюнок з зображенням гірчиці, соусу, чіпсів, лавашу

42,4% напис «французский соус с зернами горчицы»

Ніхто зі споживачів не відповів, що напис «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком французького соусу із зернами гірчиці»

57,6 % малюнок з зображенням барбекю, чіпсів, лавашу

42,4% напис «барбекю»

Ніхто зі споживачів не відповів, що напис «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком барбекю».

На питання, чи може вплинути на Ваш намір стосовно придбання товарів, розміщення на лицьовій стороні упаковок інформації, у вигляді написів «сыр «Контэ» в сметанном соусе», «лук – порей с сыром «Эмменталь», «французский соус с зернами горчицы», «барбекю» та розміщення знизу на заломі упаковок товарів меншим шрифтом ніж його назва написів «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком сиру «Контэ» у сметанному соусі», «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком цибулі – порей та сиру Емменталь», «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком французького соусу із зернами гірчиці», «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком барбекю», в той час, як до складу продукції входять смакові суміші, ароматичні суміші та ароматичні інгредієнти (ароматичні речовини)? **83,3 %** повідомили, що **ТАК**, **16,7 %** повідомили, що **НІ**.

На питання, чи може Вас ввести в оману розміщення на лицьовій стороні упаковок інформації, у вигляді написів «сыр «Контэ» в сметанном соусе», «лук – порей с сыром «Эмменталь», «французский соус с зернами горчицы», «барбекю» та розміщення знизу на заломі упаковок товарів меншим шрифтом ніж його назва написів «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком сиру «Контэ» у сметанному соусі», «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком цибулі – порей та сиру Емменталь», «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком французького соусу із зернами гірчиці», «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком барбекю», в той час, як до складу продукції входять смакові суміші, ароматичні суміші та ароматичні інгредієнти (ароматичні речовини)? **91,7 %** повідомили, що **ТАК**, **8,3%** повідомили, що **НІ**.

Отже, враховуючи опитування споживачів, спосіб поширення інформації на упаковках Товарів, який обрало Товариство, а саме щодо зміни назв Товарів, що призвели до зміни споживчих властивостей цих Товарів, може вводити споживачів в оману, ускладнювати сприйняття споживачами цих Товарів та мати вплив на їх вибір при придбанні цих Товарів.

Стосовно конкурентів, Товариство повідомило, що не здійснювало аналіз конкуренції на ринку.

Разом з цим, за загальнодоступною інформацією мережі Інтернет, за спостереженнями з'ясовано, що на ринку виробництва снекової продукції, здійснюють діяльність і інші суб'єкти господарювання, тобто цей ринок є конкурентним.

Суб'єкти господарювання (які здійснюють реалізацію та виробляють снекову продукцію) зазначили, зокрема, що: (початок цитати) «Інформація, що розміщується на упаковці товару повинна в повному обсязі відповідати вимогам Закону України «Про захист прав споживачів», Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів та не поширювати інформацію яка будь-яким чином може вводити в оману споживачів. Інформація на упаковці повинна забезпечувати надання споживачу необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про харчовий продукт. У маркуванні, рекламуванні харчових продуктів забороняється використання будь-якої інформації, яка вводить в оману споживача або містить інформацію щодо властивостей харчового продукту, яких у нього не має. У випадку, якщо упаковка продукції не буде відповідати вищезазначеним вимогам, вважаємо, що така продукція може вводити в оману споживачів та надавати неправомірні переваги у конкуренції, оскільки може впливати на вибір споживачів стосовно придбання таких товарів. Інформація та малюнки на упаковках снекової продукції, впливають на намір споживачів стосовно придбання таких товарів.» (кінець цитати).

Отже, конкуренти, які зокрема, використовують натуральні складові при виробництві товарів, поширюють правдиві відомості про споживчі властивості власних товарів, зазначають повну назву товарів, яка відповідає дійсності, могли втратити своїх, введених в оману потенційних споживачів, а ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ», в свою чергу могло отримати переваги у конкуренції при реалізації своїх Товарів.

Стимулювання зацікавленості споживачів шляхом поширення неточної інформації про споживчі властивості, характеристики товару, назву товару може надати неправомірні

переваги на ринку, та поставити Товариство у більш вигідне становище порівняно з іншими суб'єктами господарювання, які діють на відповідному ринку.

Тобто, Товариство може посилити свою конкурентну позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неточних відомостей (інформації) про споживчі властивості, характеристики, назву Товарів, зокрема, внаслідок обраного способу викладення відомостей (інформації) на упаковках.

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 визначити 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 15¹ 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.

Копію подання з попередніми висновками у справі № 29/06-03-4/17 та повідомлення про засідання адміністративної колегії територіального відділення, ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» отримало 01.09.2017 року.

Слухання та прийняття рішення у справі № 29/06-03-4/17 було назначено на 19.09.2017 року, проте територіальне відділення отримало клопотання ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» щодо необхідності проведення додаткових досліджень і збирання додаткових доказів Товариством, необхідності більшого часу для розгляду подання про попередні висновки у справі № 29/06-03-4/17 та щодо перенесення розгляду справи на більш пізніший термін.

На засіданні адміністративної колегії територіального відділення 19.09.2017 року було розглянуто клопотання ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» (вих.№14/09-17 від 14.09.2017року) про відкладення слухання та прийняття рішення у справі № 29/06-03-4/17.

Адміністративна колегія територіального відділення вирішила задовольнити клопотання ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» та перенести слухання та прийняття рішення у справі № 29/06-03-4/17 на 29.09.2017 року.

На подання про попередні висновки у справі ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» надані додаткові пояснення та докази по справі листом від 26.09.2017 року №26/09-17/1.

Згідно доводів та пояснень ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» (початок цитати): «Як вбачається із змісту Подання, доказом, який використовувало АМК для своїх висновків стало опитування споживачів щодо сприймання інформації на упаковках Товарів. Окрім того, просимо звернути увагу на той факт, що АМК проводилось дослідження щодо ринку снекової продукції. На наш погляд такий ринок має значно більш межі, ніж діяльність ТОВ взагалі враховуючи усі товари, що ним виробляються), та ніж дослідження сухариків-грінок «Лавашних» виробництва ТОВ. Ринок снекової продукції включає, зокрема, такі вироби як сушені фрукти та овочі та інше. На наш погляд, такі Товари взагалі відрізняються споживчими якостями та характеристиками від товарів, що виробляються ТОВ, та від сухариків-грінок «Лавашних». Різниця, зокрема, полягає в тому що до складу сухариків-грінок «Лавашних», чіпсів, сухариків, грінок (вважаємо, що саме ці товари є однорідними за

складом), як правило не входять натуральні складники, які надають смак продукту – при їх виробництві використовується смако - ароматичні суміші різного виду. І саме цей факт сприймається споживачами і вони очевидно розуміють, що смак товарів надають саме такі суміші. Однак, такого не можна сказати, наприклад про товар сушені яблука, сухофрукти, пластівці, рибні снеки та інше. На наш погляд, в даному випадку доцільно би було дослідити поведінку ТОВ та інших виробників чіпсів, сухариків-грінок, що є суміжними (кінець цитати).

В ході розгляду справи територіальним відділенням проведено опитування споживачів під час якого респондентам надавались упаковки Товарів Товариства наданих безпосередньо ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» та досліджувалось питання щодо сприйняття споживачами інформації на упаковках Товарів.

За результатом проведеного опитування встановлено, що поширення ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» неточних відомостей на упаковках Товарів може вплинути на наміри споживачів щодо придбання Товарів Товариства та може ввести їх в оману.

Товариство зазначило, що: (початок цитати): «Задля визначення сприйняття споживачами Товарів, виробництва ТОВ, ТОВ було проведено дослідження щодо оцінки споживачами упаковок – сухариків грінок «Лавашних» з різними смаками» (кінець цитати).

ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» надало територіальному відділенню висновки надані іноземною компанією «ГФК ЮКРЕЙН». Як повідомило Товариство, дослідження проведено у 5 найбільших містах України. В опитуванні взяли участь 300 респондентів - безпосередніх споживачів чіпсів, сухариків, грінок.

Проте, в наданих територіальному відділенню Товариством матеріалах відсутні будь-які висновки або фактичні данні, які б заперечували можливість впливу неточних відомостей на упаковках Товарів, на наміри споживачів щодо придбання Товарів Товариства.

ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» повідомило (початок цитати): «Вважаємо за необхідне також зауважити, що обраний ТОВ спосіб викладення інформації на лицьових сторонах упаковок Товарів відповідає сучасній практиці вітчизняних та національних виробників таких саме чи однорідних товарів. В Поданні зазначається, що «конкуренти, які зокрема, використовують натуральні складові при виробництві товарів, поширюють правдиві відомості про споживчі властивості власних товарів, зазначають повну назву товарів, яка відповідає дійсності... (цитата).

Інформація Товариством трактується не вірно, оскільки територіальне відділення в поданні про попередні висновки зазначає, що конкуренти, які зокрема, використовують натуральні складові при виробництві товарів, поширюють правдиві відомості про споживчі властивості власних товарів, зазначають повну назву товарів, яка відповідає дійсності, могли втратити своїх, введених в оману потенційних споживачів, а ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ», в свою чергу могло отримати переваги у конкуренції при реалізації своїх Товарів.

Крім того, ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» зазначило (початок цитати): «Таким чином, фактично, АМК у Поданні, зазначаючи про те, що виявлені конкуренти при виробництві товарів поширюють правдиві відомості про споживчі властивості власних товарів, зазначають повну назву товарів, яка відповідає дійсності, підтверджує правомірність, обраного ТОВ способу донесення до споживачів інформації. Тому, що практично усі із виявлених АМК під час розгляду справи конкуренти обрали такий самий (як і ТОВ) спосіб донесення до споживачів інформації на упаковках товарів» (кінець цитати).

Зазначене, не може бути прийняти до уваги територіальним відділенням, оскільки на ринку снекової продукції (з урахуванням зауважень Товариства щодо однорідності продукції) здійснюється реалізація, зокрема, продукції чіпсів: «картопляних чіпсів зі смаком сиру» «волнистих со вкусом телятина с аджикой» виробника ТОВ «Клуб чіпсів»; «чіпсів картопляних зі смаком реберець барбекю», «чіпсів картопляних зі смаком сметани і зелені» виробник Польснек Польска сп. з. о.о.сп.к. /імпортер ТОВ АТБ-МАРКЕТ.

Поряд з цим, надана територіальному відділенню з боку Товариства інформація щодо реалізації снекової продукції іншими суб'єктами господарювання буде врахована територіальним відділенням під час проведення досліджень на предмет дотримання вимог законодавства про захист від недобросовісної конкуренції суб'єктами господарювання на ринках продовольчих товарів.

На засіданні адміністративної колегії представниками ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» наведені наступні доводи та пояснення (початок цитати): «Щодо анонімних опитувань АМК, ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» надало дослідження, проведені на замовлення ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» іноземною компанією «ГФК ЮКРЕЙН», висновки якої кардинально протилежні тим, що містяться у справі та були проведені АМК, а отже спростовують висновки АМК щодо того, що /цитата/ «спосіб поширення інформації на упаковках товарів, який обрало Товариство...може вводити споживачів в оману, ускладнювати її сприйняття споживачами цих товарів та мати вплив на їх вибір при придбанні» /кінець цитати/.

Також (початок цитати): «Щодо висновків АМК, що/цитата/ «конкуренти, які зокрема, використовують натуральні складові при виробі товарів, поширюють правдиві відомості про споживчі властивості власних товарів, зазначають повну назву товарів, яка відповідає дійсності, могли втратити своїх, введених в оману потенційних споживачів, а ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ», в свою чергу могло отримати переваги у конкуренції при реалізації своїх товарів» /кінець цитати/. ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» надало 6 упаковок продукції прямих конкурентів ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ», за аналізом яких встановлено, що спосіб доведення інформації на товарах ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» ні чим не відрізняється від способу доведення інформації на упаковках товару інших конкурентів (частина яких взагалі не зазначає на лицьовій упаковці найменування товару крім його зображення). Отже, зазначені вище висновки АМК не відповідають дійсності, та є припущеннями.» (кінець цитати).

Щодо наданих Товариством упаковок продукції суб'єктів господарювання – учасників ринку снекової продукції, територіальне відділення проводило та проводить постійні дослідження щодо дотримання суб'єктами господарювання, зокрема учасниками ринку снекової продукції, вимог законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, у ході яких з'ясовано, що суб'єкти господарювання, розміщують на упаковках товарів, зокрема, й правдиві відомості про споживчі властивості своїх товарів, їх точну назву, про що свідчать упаковки товарів, зокрема, ТОВ АТЬ-МАРКЕТ.

Крім того, з дослідження (опитування споживачів) проведеного ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» також вбачається, що окрема категорія споживачів може вводитись в оману.

За інформацією ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» (початок цитати): «Керуючись ст.40 Закону України «Про захист економічної конкуренції» на підтвердження сприяння ТОВ АМК у справі, просимо долучити до матеріалів справи змінений ТОВ дизайн пакування сухариків-грінок пшеничних «Лавашних», який в даний час впроваджується ТОВ у своїй діяльності» (кінець цитати).

Товариством наданий територіальному відділенню макет дизайну зміненої упаковки сухариків – грінок пшеничних «Лавашні» зі смаком сиру «Конте» у сметанному соусі.

За інформацією Товариства (початок цитати): «В частині попередніх висновків із посиланням на вимоги ДСТУ 4518 – 2008 Національного стандарту України «Продукти харчові. Маркування для споживачів – на підставі ст. 38 ЗУ «Про захист економічної конкуренції» виділити їх в окреме провадження, та з врахуванням того, що ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» надало до АМК змінений макет пакування товару, обмежитись на підставі ст. 46 ЗУ «Про захист економічної конкуренції» рекомендаціями із наданням ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» часу на виведення з обороту старої упаковки» (кінець цитати).

При винесені рішення та накладені штрафу на ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» адміністративною колегією було враховано те, що Антимонопольним комітетом України і безпосередньо територіальним відділенням вже надавались рекомендації Товариству, відповідно до статті 46 Закону України «Про припинення дій, які містять ознаки порушень законодавства про захист економічної конкуренції і умов, що їм сприяють» на ринку снекової продукції.

Інших документів, заперечень, пояснень та додаткової інформації, які б не були враховані під час розгляду справи та могли б вплинути на прийняття цього рішення, Товариством - не надано.

Отже, матеріалами справи доведено, дії товариства з обмеженою відповідальністю «СНЕК ЕКСПОРТ» (і. к. 33324584) щодо поширення на упаковках товарів: «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком сиру «Конте» у сметанному соусі» (штриховий код 4820078779181), «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком цибулі – порей та сиру

Емменталь» (штриховий код 4820078779167), «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком французького соусу із зернами гірчиці» (штриховий код 4820078779174), «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком барбекю» (штриховий код 4820078779969) інформації у вигляді написів: «LAVASH chips сыр «Контэ» в сметанном соусе, «LAVASH chips лук – порей с сыром «Эмменталь, «LAVASH chips французский соус с зернами горчицы», «LAVASH chips барбекю», в той час як до складу цих Товарів входять не: «сыр «Контэ» в сметанном соусе», «лук – порей с сыром «Эмменталь», «французский соус с зернами горчицы» та «барбекю», а смакові суміші, ароматичні суміші, смако - ароматичні суміші та ароматичні інгредієнти (ароматичні речовини) та поширення у такий спосіб неточних відомостей щодо назв товарів, як наслідок споживчих властивостей цих товарів, є порушенням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом поширення суб'єктом господарювання інформації, через інших осіб невизначеному колу осіб неточних відомостей, що можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання.

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.

За інформацією Товариства, сума виручки від реалізації продукції (товарів, робіт послуг) ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» за 2016 рік, відповідно на суму якої нараховуються визначені законодавством податкові збори становить [інформація з обмеженим доступом] гривень.

При визначенні штрафу пропонуємо врахувати:

- порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» є триваючим.
- ТОВ «СНЕК ЕКСПОРТ» сприяло розгляду справи.

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 товариства з обмеженою відповідальністю «СНЕК ЕКСПОРТ» (і. к. 33324584) щодо поширення на упаковках товарів: «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком сиру «Контэ» у сметанному соусі» (штриховий код 4820078779181), «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком цибулі – порей та сиру Емменталь» (штриховий код 4820078779167), «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком французького соусу із зернами гірчиці» (штриховий код 4820078779174), «сухарики – грінки пшеничні «Лавашні» зі смаком барбекю» (штриховий код 4820078779969) інформації у вигляді написів: «LAVASH chips сыр «Контэ» в сметанном соусе, «LAVASH chips лук – порей с сыром «Эмменталь, «LAVASH chips французский соус с зернами горчицы», «LAVASH chips барбекю», в той час як до складу цих Товарів входять не: «сыр «Контэ» в сметанном соусе», «лук – порей с сыром «Эмменталь», «французский соус с зернами горчицы» та «барбекю», а смакові суміші, ароматичні суміші, смако - ароматичні суміші та ароматичні інгредієнти

(ароматичні речовини) та поширення у такий спосіб неточних відомостей щодо назв товарів, як наслідок споживчих властивостей цих товарів, порушенням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом поширення суб'єктом господарювання інформації, через інших осіб 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, зазначене у п.1. резолютивної частини цього рішення, накласти штраф на товариство з обмеженою відповідальністю «СНЕК ЕКСПОРТ» (і. к. 33324584) у розмірі 68 000 (шістдесят вісім тисяч) гривень.

3. Зобов'язати товариство з обмеженою відповідальністю «СНЕК ЕКСПОРТ» (і. к. 33324584) припинити порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», зазначене у п.1. резолютивної частини цього рішення, шляхом припинення поширення інформації, що вводить в оману на упаковках Товарів у двомісячний термін.

Голова адміністративної
колегії

О.Я. ТУРКОВСЬКИЙ