



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

Р І Ш Е Н Н Я АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ ДНІПРОПЕТРОВСЬКОГО ОБЛАСНОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ВІДДІЛЕННЯ

08.08.2019

м. Дніпро

№ 54/4-р/к

Про закриття провадження
у справі № 56/05-03-4/17

Адміністративна колегія Дніпропетровського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України (далі – адміністративна колегія територіального відділення), розглянувши матеріали справи № 56/05-03-4/17 та подання з попередніми висновками Четвертого відділу досліджень і розслідувань Дніпропетровського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України (далі – територіальне відділення) від 18.07.2019 року № 54-03/22п,

ВСТАНОВИЛА:

Розпорядженням адміністративної колегії Дніпропетровського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України від 19.10.2017 року № 58/01-15/05-17р розпочато розгляд справи за ознаками порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції в діях товариства з обмеженою відповідальністю ФІРМА «ОЛІС ЛТД», передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.

Товариство з обмеженою відповідальністю ФІРМА «ОЛІС ЛТД» поширювало на упаковках продукції власного виробництва, а саме: майонезу «Провансаль Столовий 67 % жиру» торгівельної марки «Нацыянальныя беларускія традыцыі» 350 г (штриховий код 4820015713643) інформацію «Нацыянальныя беларускія традыцыі», в той час як продукція виготовлена українським виробником, на території України за ДСТУ 4487:2015 «Майонези та майонезні соуси. Загальні технічні умови».

Дії Товариства щодо поширення на упаковках Продукції (штриховий код 4820015713643) інформації «Нацыянальныя беларускія традыцыі», в той час як продукція виготовлена українським виробником, на території України, за ДСТУ 4487:2015 «Майонези та майонезні соуси. Загальні технічні умови», та поширення у такий спосіб неточної інформації про товар, містили ознаки 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 повідомлення суб'єктом господарювання, через інших осіб, невизначеному колу осіб, неточних відомостей про товар, що можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання.

В той же час, оскільки вказані дії не призвели до суттєвого обмеження конкуренції Товариству були надані обов'язкові для розгляду рекомендації адміністративної колегії від 04.05.2018 року № 1/01-16/07-18, які ним виконані.

1. Процесуальні дії

- 1) Дорученням Антимонопольного комітету України від 16.02.2017 року №12-01/983 територіальне відділення уповноважено провести дослідження та прийняте відповідне рішення.
- 2) розпорядженням адміністративної колегії територіального відділення від 19.10.2017 року №58/01-15/05-17р розпочато розгляд справи № 56/05-03-4/17.
- 3) В ході розгляду справи Товариству надані рекомендації адміністративної колегії територіального відділення від 04.05.2018 року № 1/01-16/07-18.
- 4) Направлено вимоги : ТОВ Фірма «Оліс Лтд» 2 шт, Національному університету харчових технологій (м. Київ), Науково - дослідного інституту олій та жирів НААН України (м.Харків), Асоціацію протидії недобросовісній конкуренції, ТОВ "Компанія "Тавр", ТОВ "Телерадіорганізація"Русское радио-Україна", ТОВ "Телерадіокомпанія "Медіа Маркет" та 8 конкурентам (ПП «Віктор і К», ПАТ «Київський маргариновий завод», ПрАт «Чумак», ПАТ «Львівський жировий комбінат», ТОВ «Гідросенд», ПАТ «Луцьк Фудз», ТОВ «Ново-Водолажский масло-жировий комбінат», ПАТ «Сумський завод продтоварів», ПП КФ «Пані Крістіна»).
- 5) Проведено опитування споживачів.

2. Сторони

6) Відповідачем у справі є Товариство з обмеженою відповідальністю ФІРМА «ОЛІС ЛТД» (код ЄДР 20478063) (надалі – ТОВ фірма «ОЛІС ЛТД», Товариство). Дата державної реєстрації - 03.02.1992 року. Місцезнаходження: 69014, Запорізька область, місто Запоріжжя, вулиця Карпенка-Карого, будинок 47.

7) Згідно з довідкою з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань основними видами діяльності Товариства є: Код КВЕД 10.41 Виробництво олій та тваринних жирів (основний); Код КВЕД 10.84 Виробництво прянощів і приправ; Код КВЕД 46.31 Оптова торгівля фруктами й овочами; Код КВЕД 46.33 Оптова торгівля молочними продуктами, яйцями, харчовими оліями та жирами; інше.

8) Тобто, Відповідач, у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», є суб'єктом господарювання.

3. Обставини справи

9) Дніпропетровським обласним територіальним відділенням Антимонопольного комітету України (надалі – територіальне відділення) на виконання доручення Антимонопольного комітету України від 16.02.2017 року № 12-01/983 було проведено дослідження щодо наявності в діях товариства з обмеженою відповідальністю фірма «ОЛІС ЛТД» ознак порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції.

10) У ході розгляду справи № 56/05-03-4/17, розпочатої розпорядженням адміністративної колегії Дніпропетровського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України (надалі- адміністративна колегія) від 19.10.2017 року № 58/01-15/05-17 р за ознаками порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції в діях товариства з обмеженою відповідальністю ФІРМА «ОЛІС ЛТД» (код ЄДРПОУ 20478063), передбаченого статтею 15¹ Закону України “Про захист від недобросовісної конкуренції”, у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, встановлено наступне.

11) Товариство є виробником продукції: «майонез Провансаль Столовий 67 % жиру» торгівельної марки «Нацыянальныя беларускія традыцыі» 350 г (штриховий код 4820015713643) (надалі - Продукція) (малюнок 1,2).

12) Виробництво майонезів та майонезних соусів регулюються Державним стандартом України 4487:2015 «Майонези та майонезні соуси. Загальні технічні умови» (надалі - ДСТУ 4487:2015).

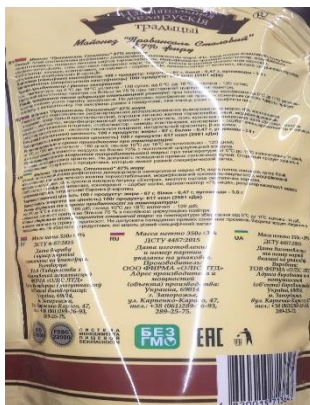
13) Відповідно до пункту 3.1. ДСТУ 4487:2015, майонез це дрібнодисперсний однорідний емульсійний продукт з вмістом жиру не менше 50 відсотків, що виготовляється з олії, води, яєчних продуктів, з додаванням або без додавання продуктів переробленого молока, харчових добавок та інших харчових інгредієнтів (відповідно до рецептури).

14) Крім того, згідно з пунктом 5.4.4 ДСТУ 4487:2015, майонез який виробляють під традиційною назвою «Провансаль» повинен мати вміст жиру 67% та вміст яєчних продуктів, зокрема ферментованих, у перерахунку на сухий яєчний жовток не менше ніж 1,5%.

15) Малюнок 1



Малюнок 2



16) На лицьовій стороні упаковки Продукції міститься інформація у вигляді напису «Нацыянальныя беларускія традыцыі» викладена на білоруській мові.

17) На зворотній стороні упаковки Продукції також міститься інформація у вигляді напису «Нацыянальныя беларускія традыцыі» викладена на білоруській мові, а також зазначено склад Продукції на трьох мовах, а саме: білоруській, російській та українській мовах. Відповідно до інформації на упаковці Продукції до її складу входять: олія соняшникова рафінована дезодорована виморожена марки «П», вода питна очищена, цукор білий кристалічний, порошок яєчного жовтка термостабілізований, модифікований крохмаль – загущувач, сіль кухонна виварена гатунку «Екстра», кислота оцтова синтетична харчова, стабілізатор – камідь ксантанова, консервант – сорбат калію, ароматизатор «гірчиця», регулятор кислотності – кислота цитринова харчова, натуральний барвник бета-каротин.

18) Окрім того, на зворотній стороні упаковки Продукції зазначена маса Продукції, калорійність, умови зберігання, строк зберігання, виробник Продукції, а саме: ТОВ ФІРМА «ОЛІС ЛТД», а також адреса виробника та потужностей виробництва: Україна, 69014, м. Запоріжжя, вул. Карпенка – Карого, 47, а також ДСТУ 4487:2015. Зазначена інформація також викладена на трьох мовах: білоруській, російській та українській мовах.

19) Отже, згідно інформації нанесеної на упаковку Продукції, її виробником є ТОВ ФІРМА «ОЛІС ЛТД» (м. Запоріжжя).

20) Продукція виробляється згідно ДСТУ 4487:2015.

21) За інформацією Товариства виробництво Продукції було розпочато з [Інформація з обмеженим доступом] року.

22) Товариство, зазначило, що розробником дизайну макету упаковки Продукції є ТОВ [Інформація з обмеженим доступом] та надало договір від [Інформація з обмеженим доступом] (надалі - Договір).

23) Відповідно до п.1.1. Договору: [Інформація з обмеженим доступом].

25) Товариством листом від 13.03.2017 року № 47 (надалі - Лист), зазначило, [Інформація з обмеженим доступом] та було надано копію свідоцтва на знак для товарів і послуг.

26) ТОВ ФІРМА «ОЛІС ЛТД», Листом зазначило, що:

[Інформація з обмеженим доступом].

28) Таким чином, Товариство не підтвердило білоруське походження інгредієнтів, що входять до складу Продукції (крім солі).

29) Товариство зазначило, що Продукція реалізовувалась в наступних областях: [Інформація з обмеженим доступом].

30) Основними покупцями Продукції, за інформацією Товариства [Інформація з обмеженим доступом].

31) За інформацією Товариства, обсяги виробництва Продукції

Рік	виробництво	Реалізація	
	тн	тн	Тис. грн. без ПДВ
[Інформація з обмеженим доступом]	[Інформація з обмеженим доступом]	[Інформація з обмеженим доступом]	[Інформація з обмеженим доступом]
[Інформація з обмеженим доступом]	[Інформація з обмеженим доступом]	[Інформація з обмеженим доступом]	[Інформація з обмеженим доступом]

32) Територіальним відділенням були направлені листи на адресу наукових профільних установ, з метою отримання їх думки з приводу правомірності розміщення інформації «Нацыянальныя беларускія традыцыі» на упаковках майонезів.

33) Так, Український науково дослідний інститут олій та жирів Національної академії аграрних наук України своїм листом зазначив, що: (початок цитати) «Державним стандартом на майонези та майонезні соуси (майонезна продукція) в Україні є ДСТУ 4487:2015 Майонези та майонезні соуси. Загальні технічні умови», яким передбачено вимоги до сировини, готової продукції, маркуванню, пакуванню, зберіганню, транспортуванню, методів контролю тощо. В Білорусії майонезну продукцію виготовляють за російським стандартом – ГОСТ31761:2012 «Майонезы и соусы майонезные. Общие технические условия». Вважаємо, що майонезна продукція з написом «Нацыянальныя беларускія традыцыі» може бути виготовлена на замовлення білоруської сторони згідно умов контракту. (Наприклад, з якоїсь білоруської сировини, або за білоруською РЦ, або за ексклюзивною білоруською технологією тощо). В іншому випадку нанесення подібного маркування вважаємо незадоволеним (кінець цитати).

34) Національний університет харчових технологій (м. Київ) зазначив: (початок цитати) «Неправомірним є розміщення інформації Національна білоруська традиція». За розміщення на упаковці інформації несе відповідальність виробник продукції (кінець цитати).

35) Харківський державний університет харчування та торгівлі, зазначив, що: (початок цитати) «На офіційному сайті білоруських виробників задекларовано, що: «Белорусская традиция» - аутентичный бренд из исторического города Бреста... на исконных принципах: Честно. Добросовестно. От души...». Відповідно до діючого законодавства в Україні, зареєстровану торгіву марку правомірно використовувати на етикетці продукції. З іншого боку, у зв'язку з тим, що «маркування – усі слова, описи, знаки для товарів і послуг, назва марки, зображення чи символи, що стосуються харчових продуктів і розміщені на будь-якій упаковці...» й торгова марка є складовою маркування, вищезазначені фрази можуть вводити споживача в оману. З урахуванням того, що продукція вироблена на території України, українським виробником, за українськими нормативними документами, вищезазначені фрази можна трактувати як неточну та недостовірну інформацію, ринкову поведінку суб'єктів господарювання можна вважати недобросовісною... Інформація ймовірно може надати суб'єкту господарювання переваги у конкуренції... Інформація ймовірно може вводити споживача в оману, про що свідчать й чисельні коментарі споживачів у мережі Internet. ... Дії суб'єкта господарювання ймовірно можна вважати недобросовісною конкуренцією, що суперечить торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності... (кінець цитати).

36) Отже, з урахуванням вищезазначеного, думки наукових профільних установ є схожими та вони вважають, що розміщення інформації, у вигляді напису «Нацыянальныя беларускія традыцыі» на упаковках майонезу, є неправомірним, в разі якщо його вироблено на території України/українським виробником/ за української сировини/ за українськими стандартами.

37) Ринок виробництва майонезів, на якому здійснює діяльність ТОВ фірма «ОЛІС ЛТД» є потенційно конкурентним. На цьому ринку, в Україні здійснюють діяльність значна кількість суб'єктів господарювання.

38) Так, за інформацією конкурентів, а саме суб'єктів господарювання, які займаються виробництвом та/або реалізацію майонезів, встановлено, що розміщення на упаковках продукції, зокрема майонезу інформації у вигляді напису «Нацыянальныя беларускія традыцыі», в той час як така продукція вироблена на території України/українським виробником/ за українськими стандартами/ з української сировини є неправомірним та може вводити споживачів в оману. Окрім того, суб'єкти господарювання зазначили, що такі дії виробника суперечать чесним звичаям ведення господарської діяльності та можуть надати йому неправомірні переваги у конкуренції.

39) Перший суб'єкт господарювання зазначив: (початок цитати) «Розміщення даної інформації на упаковці продукту, виробленого на території України, за традиційною рецептурою, з використанням української сировини вважаємо неправомірним маркетинговим ходом. Крім того, таким чином фірма «Оліс ЛТД» пропагандує та рекламує на українському ринку білоруських виробників, та непрямо нівелює імідж вітчизняних виробників...Ринкову поведінку вважаємо недобросовісною...Інформація є такою, що вводить в оману споживача. Також упаковка є стилізованою під відомі білоруські бренди... Ми вважаємо такі дії виробників проявом недобросовісної конкуренції, та такими, що суперечать чесним звичаям введення господарської діяльності...Дана інформація на упаковці ...вводить в оману споживача, тим самим пропагандує купувати білоруські майонези, та принижує якість української продукції. Такі дії виробника можуть надати неправомірні переваги у конкуренції... Таке поширення може надати вказаному майонезу неправомірні переваги у конкуренції» (кінець цитати).

40) Другий суб'єкт господарювання зазначив, що: (початок цитати) «Вважаємо, що ринкова поведінка суб'єктів господарювання щодо розміщення на продукції інформації «Нацыянальныя беларускія традыцыі» (в т.ч. у якості знаку для товарів і послуг) може бути визнана недобросовісною, якщо така продукція вироблена за українськими стандартами без урахування відмінностей, які можуть бути притаманні традиціям виробництва майонезу Білорусії... ми допускаємо, що певна категорія споживачів має глибоке переконання, що ... білоруська продукція має кращу якість та більш безпечна. Розміщуючи інформацію «Нацыянальныя беларускія традыцыі», тобто фактично стилізуючи під білоруську, виробник продукції, можливо, розраховував саме на таке сприйняття споживачами цього позначення – як продукції з більш високими показниками якості... Споживач може бути введений в оману...нанесення інформації «Нацыянальныя беларускія традыцыі», на нашу думку, може вважатися недобросовісною конкуренцією та суперечити торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності...Може надати такому суб'єкту господарювання неправомірні переваги у конкуренції... (кінець цитати).

41) Третій суб'єкт господарювання зазначив: (початок цитати) «В Україні білоруські продукти харчування користуються великим попитом тому, що серед звичайних споживачів побутує думка, що білоруська продукція, в т.ч. і майонез, є якіснішою за продукцію, вироблену в Україні...На нашу думку, неправильно розміщувати на упаковці майонезу/соусу майонезного інформацію «Нацыянальныя беларускія традыцыі», викладену білоруською мовою, якщо продукт вироблений на території України/ українським виробником/за українськими стандартами/ з української сировини, тощо. Припускаємо, що значна кількість споживачів сприймає продукцію з таким позначенням як таку, що дійсно вироблена за іншими традиціями і є продукцією вищої якості за аналогічну продукцію інших українських виробників...Може надавати перевагу в її реалізації в порівнянні з аналогічною, асоціюватися в українських споживачів як така, що вироблена в Білорусії...Таку ринкову поведінку не можна вважати добросовісною...Такі дії виробника можуть вважатися недобросовісною конкуренцією та суперечити торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності... та може надавати неправомірні переваги у конкуренції...може вводити в оману споживачів і тим самим впливати на їх намір придбати продукцію саме цього суб'єкта господарювання» (кінець цитати).

42) Четвертий суб'єкт господарювання, зазначив, що: (початок цитати) «Ринкова поведінка... є недопустимою. Виключення може становити, на нашу думку, лише якщо завод має білоруські інвестиції, сировину, рецептури та керівний персонал з Білорусії... Такі дії виробника суперечать торговим звичаям у господарській діяльності... Вважаємо, що торгівля даним продуктом є неправомірним, оскільки суперечить нормативним документам та законодавству України» (кінець цитати). Окрім того, даний суб'єкт господарювання зазначив, що інформація «Нацыянальныя беларускія традыцыі», викладена білоруською мовою, якщо продукт вироблений на території України/ українським виробником/за українськими стандартами/ з української сировини може вводити в оману споживача.

43) П'ятий суб'єкт господарювання зазначив, що: (початок цитати): «На нашу думку розміщення на упаковці майонезу інформації «Нацыянальныя беларускія традыцыі» якщо він вироблений на території України/ українським виробником/за українськими стандартами тощо, не є правомірним... На нашу думку така ринкова поведінка суб'єктів господарювання щодо розміщення на продукті інформації «Нацыянальныя беларускія традыцыі» здійснюється в цілях реклами, так, як в Білорусії діють стандарти виготовлення майонезу... Неправдива інформація може вводити в оману споживачів... Такі дії виробника можна вважати недобросовісною конкуренцією та такими, що суперечать торговим та іншим звичаям у господарській діяльності (кінець цитати).

44) Отже, поширення Товариством на упаковці Продукції власного виробництва, виробленого на території України, на українських потужностях, з української сировини, за українським державним стандартом інформації «Нацыянальныя беларускія традыцыі», яка окрім того ще й викладена на білоруській мові може ввести в оману покупців (споживачів). Споживачі сприймаючи інформацію на упаковці Продукції у вигляді напису «Нацыянальныя беларускія традыцыі» можуть ідентифікувати цей товар, як такий, що має білоруське походження, був виготовлений та завезений з Білорусії, або виготовлений з білоруської сировини, або за білоруськими стандартами чи технологіями виробництва, білоруським виробником та вплинути на їх наміри щодо придбання саме цього товару, а також призвести до отримання неправомірних переваг перед іншими учасниками ринку виробництва майонезної продукції.

45) У той же час, жодним з конкурентів у ході опитування не зазначено та не надано відповідних документів, що дії Товариства, які є предметом дослідження, призвели до зниження обсягів реалізації їх продукції. Також, конкуренти зазначили, що за певних обставин майонезна продукція, може маркуватись торговою маркою «Нацыянальныя беларускія традыцыі».

46) Крім того, територіальним відділенням було проведено опитування споживачів щодо їх сприйняття інформації, розміщеної на упаковці Продукції. За результатами якого встановлено, що:

82,05% опитаних споживачів купували (купують) продукцію білоруського виробництва.

79,48% опитаних споживачів вважають що продукція вироблена в Республіці Білорусь (або з білоруської сировини, за білоруськими державними стандартами тощо) є високоякісною в порівнянні з аналогічною продукцією, виробленою, наприклад, на території України/українським виробником/з української сировини/за українським ДСТУ.

87,17% опитаних споживачів вважають, що продукція вироблена в Республіці Білорусь (або з білоруської сировини, за білоруськими державними стандартами тощо) є кращою в порівнянні з аналогічною продукцією, наприклад, виробленою на території України/українським виробником/з української сировини, тощо за якістю, смаком, контролем з боку держави тощо.

76,92% опитаних споживачів у разі наявності на прилавках магазину продукції білоруського виробництва (продукції виробленої білоруським виробником/ виробленої з білоруської сировини, за білоруськими державними стандартами/ в республіці Білорусь, тощо) та продукції українського виробництва (продукції, виробленої на території України/українським виробником/з української сировини, за українським ДСТУ тощо, обрали б продукцію, яка вироблена в Республіці Білорусь/з білоруської сировини/ за білоруськими державними стандартами тощо.

92,30% опитаних споживачів є споживачами майонезів.

87,17% опитаних споживачів відповіли, що їм відомий майонез «майонез Провансаль Столовий 67 % жиру» торгівельної марки «Нацыянальныя беларускія традыцыі» 350 г.

89,7% опитаних споживачів вважають, що при позначенні на упаковці продукції інформації у вигляді напису «Нацыянальныя беларускія традыцыі» вони очікують, що цей майонез вироблено в Білорусії білоруським виробником або вироблено за державним стандартом Білорусії, або вироблено з білоруської сировини, або майонез виготовлено за традиціями та державними стандартами Білорусії, або майонез має якість, яка є вищою за якість майонезу українського виробництва.

84,6% опитаних споживачів вважають, що, на їх думку, розміщення на упаковках продукції інформації «Нацыянальныя беларускія традыцыі», в той час як продукція виготовлена в Україні, українським виробником, з української сировини за українським ДСТУ є неправомірним.

94,87% опитаних споживачів вважають, що інформація у вигляді напису «Нацыянальныя беларускія традыцыі» може вплинути на їх намір стосовно придбання цієї продукції та може ввести їх оману, в той час як ця продукція, виготовлена в Україні з української сировини за українським ДСТУ, українським виробником.

71,79% опитаних споживачів відповіли, що при рівних умовах: а саме: жирність, ціна, вага і таке ін., надали б перевагу майонезу на упаковках якого нанесено інформацію «Нацыянальныя беларускія традыцыі».

47) Таким чином, за результатом опрацювання думки споживачів, з'ясовано, що інформація, у вигляді напису «Нацыянальныя беларускія традыцыі», що розміщена великими літерами на лицьовій стороні упаковки Продукції Товариства, може сприйматись споживачами, як свідчення того, що така продукція або виготовлена білоруським виробником, або за білоруським стандартом чи в республіці Білорусь, та її споживчі властивості, інші, наприклад, вищі, ніж її аналоги у конкурентів на ринку виробництва та реалізації майонезу, які таких позначень не використовують.

48) При цьому, будь-яких особливостей або відмінностей від аналогічних майонезів, виготовлених за ДСТУ 4487:2015 «Майонези та майонезні соуси. Загальні технічні умови», на які вказував розміщений на упаковці напис «Нацыянальныя беларускія традыцыі», Продукція не має.

49) Відтак, Споживач, базуючись на оманливій інформації, може віддати перевагу товарам Товариства, а конкуренти, які конкурують добросовісно, можуть втратити своїх покупців через дезорієнтацію споживача. Товариство, поширюючи неточну інформацію щодо Продукції, може набути перевагу в конкуренції не завдяки власним досягненням, а шляхом введення в оману споживачів.

50) Торгівельна марка, також не має вводити в оману споживачів.

4. Правова кваліфікація дій Відповідача

51) Відповідно до пункту 5 «Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів», затвердженого наказом Держспоживстандарту України від 28.10.2010 року та зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 11.02.2011 року №183/18921, маркування харчових продуктів та спосіб, яким його використовують, 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. Зазначені обмеження також поширюються на рекламу харчових продуктів, оформлення харчових продуктів, зокрема їх форму, зовнішній вигляд або упаковку, використаний пакувальний матеріал та місце їх розміщення для продажу.

Отже, виробник несе відповідальність за розміщення достовірної, правдивої інформації на етикетці/упаковці продукції.

52) 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.

53) Отже, Товариство ввівши в господарський обіг та реалізуючи Продукцію на упаковках якої міститься інформація у вигляді напису «Нацыянальныя беларускія традыцыі», в той час як продукція виготовлена українським виробником, на території України, за українським ДСТУ поширило неточні відомості про товар, що могли вплинути на наміри споживачів щодо придбання товарів Товариства.

54) Таким чином дії Товариства щодо поширення на упаковках Продукції інформації «Нацыянальныя беларускія традыцыі», в той час як продукція виготовлена українським виробником, на території України за ДСТУ 4487:2015 «Майонези та майонезні соуси. Загальні технічні умови», та поширення у такий спосіб неточної інформації, що може створювати у споживача неправильне уявлення про товар, містять ознаки 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 повідомлення суб'єктом господарювання, через інших осіб, невизначеному колу осіб, неточних відомостей про товар, що можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання.

5. Висновки у справі

55) Під час розгляду справи, Товариством повідомлено, з наданням відповідних підтверджувальних документів, що:

- [Інформація з обмеженим доступом].

56) Таким чином, Товариством, у ході розгляду справи, вжито заходи щодо приведення складу Продукції у відповідність до її маркування.

57) На адресу територіального відділення не надходили заяви суб'єктів господарювання-конкурентів стосовно порушення чесних торгових звичаїв у господарській діяльності та отримання відповідачем неправомірних переваг у конкуренції.

58) Отже дії Товариства, які містять ознаки порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, не призвели до суттєвого обмеження чи спотворення конкуренції, не завдали значних збитків окремим особам чи суспільству.

59) Враховуючи викладене вище, керуючись статтею 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтею 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції», адміністративною колегією територіального відділення Товариству надані обов'язкові для розгляду рекомендації від 04.05.2018 року № 1/01-16/07-18 (далі – Рекомендації), в яких рекомендовано товариству з обмеженою відповідальністю ФІРМА «ОЛІС ЛТД» (код ЄДР- 20478063) припинити дії, які містять ознаки порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та вжити заходи спрямовані на усунення причин їх виникнення шляхом приведення у відповідність інформації на упаковках майонезу «Провансаль Столовий 67 % жиру» торгівельної марки «Нацыянальныя беларускія традыцыі» 350 г (штриховий код 4820015713643) до його рецептури.

60) Рекомендації отримані представником Товариства 05.05.2018 року особисто.

61) Про результати розгляду Рекомендацій Товариство повідомило територіальне відділення листом від 11.05.2018 року №107, в якому зазначило, що: [Інформація з обмеженим доступом].

62) Листом від 10.09.2018 року № 175, Товариство повідомило, що [Інформація з обмеженим доступом].

В той же час, Товариством не було надано підтверджуючих документів.

63) У зв'язку з вищевикладеним територіальним відділенням було направлено листи на адресу Товариства та запропоновано Товариству надати підтверджуючі документи щодо врахування Рекомендацій.

64) Товариство листами від 05.11.2018 року № 211 та від 12.12.2018 року № 239 повідомило територіальне відділення, що [Інформація з обмеженим доступом].

65) Таким чином, Товариством, за його інформацією, положення Рекомендацій виконано шляхом припинення реалізації продукції майонезу «Провансаль Столовий 67 % жиру» торгівельної марки «Нацыянальныя беларускія традыцыі» 350 г (штриховий код 4820015713643).

66) Окрім того, Товариство листом від 25.04.2019 року № 85 [Інформація з обмеженим доступом].

67) Поряд із цим Товариство зазначило [Інформація з обмеженим доступом].

68) ... [Інформація з обмеженим доступом].

69) Відповідно до частини третьої статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції», за умови виконання положень рекомендацій у разі, якщо порушення не призвело до суттєвого обмеження чи спотворення конкуренції, не завдало значних збитків окремим особам чи суспільству та вжито відповідних заходів для усунення наслідків порушення, провадження у справі про порушення законодавства про захист економічної конкуренції не розпочинається, а розпочате провадження закривається.

ЗАПЕРЕЧЕННЯ ВІДПОВІДАЧА ТА ЇХ СПРОСТУВАННЯ

70) Подання про попередні висновки у даній справі та запрошення на засідання адміністративної колегії було надіслано на адресу Товариства листом від 19.07.2019 року № 54-02/1488 та 54/02/1487 відповідно.

71) Товариство отримало подання про попередні висновки у справі 23.07.2019 року згідно повідомлення про вручення поштового відправлення 4900401365600.

72) На подання з попередніми висновками Товариством не надано пропозицій та заперечень.

На підставі викладеного вище, керуючись статтями 14, 22 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 46, 48 Закону України «Про захист економічної конкуренції», статтями 27, 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», пунктом 32 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року № 5, зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 6 травня 1994 року за № 90/299 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29 червня 1998 року №169-р) (із змінами), адміністративна колегія територіального відділення,

ПОСТАНОВИЛА:

1. Закрити провадження у справі № 56/05-03-4/17 у зв'язку з виконанням рекомендацій від 04.05.2018 року № 1/01-16/07-18 адміністративної колегії територіального відділення.

Рішення може бути оскаржене до господарського суду у двомісячний строк з дня його одержання

Голова
територіального відділення

О.Я.ТУРКОВСЬКИЙ

