



КОПІЯ

АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ  
ТИМЧАСОВОЇ АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ

*21 березня 2013* № *2-р/ТК*

Запоріжжя

Справа № 02/58-12

Про порушення законодавства  
про захист від недобросовісної  
конкуренції

Тимчасова адміністративна колегія Антимонопольного комітету України, створена відповідно до наказу виконуючого обов'язки Голови Антимонопольного комітету України від 20 березня 2013 року № 21, розглянувши подання про попередні висновки від 15.12.2012 у справі № 02-344-спр Запорізького обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України та матеріали справи № 02/58-12 про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції публічним акціонерним товариством "САН ІНБЕВ Україна" (надалі – ПАТ "САН ІНБЕВ УКРАЇНА", Товариство) (вул. Фізкультури, 30 В, м. Київ, 03680, код ЄДРПОУ 30965655),

ВСТАНОВИЛА:

До Запорізького обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України (надалі – територіальне відділення) надійшла заява гр. Тонконога О.М. (вул. Кремлівська, 71, кв. 100, м. Запоріжжя) (вх. № Т-9-64 від 20.08.2012) про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції ПАТ "САН ІНБЕВ УКРАЇНА" у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, про умови та строки дії акції "Лови хвилю свіжості", що була розміщена на пляшці пива "CHEZZ".

За результатами розгляду вказаної заяви (за дорученням в.о. Голови Антимонопольного комітету України від 07.09.2012 до вх. № 12-01/5686) адміністративною колегією територіального відділення розпорядженням від 31.10.2012 № 88-р розпочатий розгляд справи № 02/58-12 за ознаками вчинення ПАТ "САН ІНБЕВ УКРАЇНА" порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченого статтею 15<sup>1</sup> Закону України "Про захист від недобросовісної конкуренції".

Під час розгляду справи територіальному відділенню було передано (за дорученням в.о. Голови Антимонопольного комітету України від 10.12.2012 до вх. № 12-01/7915) на розгляд заяву гр. Макеєвої Р.О. (вул. Калініна, 68, кв. 40, м. Черкаси) (вх. № 7-459 від 20.12.2012) щодо відсутності на лицьовому боці етикетки на пляшці пива "CHEZZ" виробництва ПАТ "САН ІНБЕВ УКРАЇНА" інформації про строки проведення акції "Лови хвилю свіжості", що ввело її в оману. Вказана заява була приєднана до матеріалів справи № 02/58-12.



Тонконіг О.М. в заяві зазначив, що він 31.10.2012 придбав у магазині "АТБ" (вул. 40 років Радянської України, 86 б. м. Запоріжжя.) пляшку світлого пива "CHEZZ" виробництва ПАТ "САН ІНБЕВ УКРАЇНА" об'ємом 0,5 літра, на якій був напис "АКЦІЯ". Купуючи акційну пляшку цього пива, він розраховував взяти участь в акції. Але потім, відірвавши етикетку та прочитавши умови акції на зворотному боці етикетки, зрозумів, що акція давно закінчилась.

За інформацією Тонконога О.М., акційні пляшки пива "CHEZZ" продавались і в інших торговельних мережах міста Запоріжжя після закінчення терміну дії акції. Заявник зауважив, що умови та строки дії акції зазначені на зворотному боці етикетки і їх можна прочитати лише відірвавши її.

Макеєва Р.О. у своїй заяві повідомила, що вона 18.11.2012 придбала пляшку пива "CHEZZ" виробництва ПАТ "САН ІНБЕВ УКРАЇНА" в магазині "Абсолют" (вул. Б. Хмельницького, 27 а, с. Дубіївка, Черкаська обл.), яка привернула її увагу яскравою етикеткою з надписом "АКЦІЯ". Вже вдома заявниця відірвала етикетку, щоб ознайомитись з інформацією про умови проведення акції, яка містилась на звороті етикетки. Однак з'ясувалось, що акція вже закінчилась.

Як встановлено матеріалами справи, ПАТ "САН ІНБЕВ Україна" є юридичною особою, має самостійний баланс, рахунки (у тому числі в іноземній валюті) в установах банків, зареєстроване Голосіївською районною у місті Києві державною адміністрацією 19.12.2005, код ЄДРПОУ 30965655. Свідоцтво про державну реєстрацію юридичної особи від 19.12.2005 серії А 01 № 371027.

Відповідно до Статуту (у новій редакції), зареєстрованого 23.04.2012, предметом діяльності Товариства є, зокрема:

- виробництво пива, слабоалкогольних і безалкогольних напоїв, мінеральної та столової води, прохолодних напоїв, квасу тощо;
- оптова роздрібна, комісійна торгівля пивом, слабоалкогольними і безалкогольними напоями, мінеральною і столовою водою, прохолодними напоями, квасом тощо;
- розширення ринків реалізації продукції власного виробництва та інших виробників, у т. ч. пива, слабоалкогольних і безалкогольних напоїв, мінеральної і столової води, прохолодних напоїв, квасу тощо.

Одними з основних видів діяльності Товариства (згідно з довідкою з ЄДРПОУ від 01.06.2011 серії АБ № 322918) є:

- виробництво пива (код за КВЕД 15.96.0);
- оптова торгівля напоями (код за КВЕД 51.34.0);
- роздрібна торгівля алкогольними та іншими напоями (код за КВЕД 52.25.0).

У розумінні статті 1 Закону України "Про захист економічної конкуренції", Товариство є суб'єктом господарювання.

На ринку України ПАТ "САН ІНБЕВ Україна" відоме як виробник пива (ТМ "CHEZZ", ТМ "Чернігівське", ТМ "Рогань" та інші). Ринок пива в Україні є висококонкурентним.

Термін дії акції "Лови хвилю свіжості", про яку йдеться у заявах, тривав з 14 травня 2012 року по 15 липня 2012 року. Акційна продукція – пиво світле пастеризоване "CHEZZ" реалізовувалось у склопляшці об'ємом 0,5 літра.

Загальний обсяг випущеної акційної продукції – пиво світле пастеризоване "CHEZZ" у склопляшці об'ємом 0,5 літра, за інформацією Товариства, становив 3 923 800 пляшок. Реалізацію зазначеного пива Товариство здійснювало на всій території України.



Етикетки та кольєретки для акційного пива "CHEZZ", зокрема, й того, що придбали Заявники, були розроблені та виготовлені ТОВ "Поліграфічне підприємство "Фоліо плюс" на замовлення ПАТ "САН ІНБЕВ УКРАЇНА", відповідно до додаткових угод № 94 та № 95 від 24.04.2012 до договору поставки № 23/03 від 23.03.2007. Макети етикетки та кольєретки, що були розроблені ТОВ "Поліграфічне підприємство "Фоліо плюс", погоджено представником ПАТ "САН ІНБЕВ УКРАЇНА".

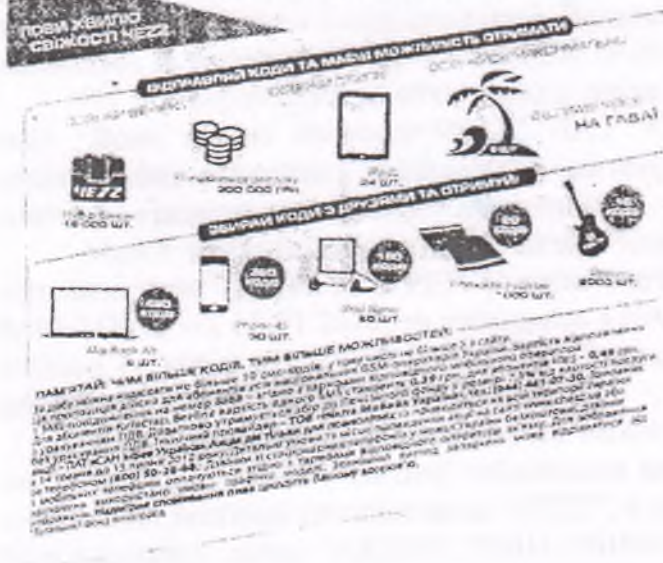
Вказані етикетка та кольєретка містять інформацію як на лицьовому, так і на зворотному боці (див. рис. 1).



Лицьовий бік етикетки



Лицьовий бік кольєретки



Зворотній бік етикетки



Зворотній бік кольєретки

Рис. 1

На лицьовому боці етикетки, в середній частині, біло-блакитними літерами надруковано назву пива "CHEZZ". У верхній правій частині етикетки на червоному



фоні білими літерами надруковано напис "Акція", в нижній лівій частині етикетки на червоному фоні надруковано напис "ШУКАЙ ДЕТАЛІ". Крім того, лицьовий бік етикетки пива "CHEZZ" містить інформацію про об'єм, склад, строк придатності, відомості про виробника та штрих-код продукції.

Інформація про терміни та умови дії акції міститься на зворотному боці етикетки, яка приклеєна до пляшки таким чином, що споживач не має можливості її прочитати без пошкодження товарного виду пляшки, оскільки для цього необхідно відірвати етикетку. Отже, споживач не може ознайомитися з відповідною інформацією, не придбавши пляшку.

Напис "Лови хвилю свіжості" надруковано також на лицьовому боці кольєретки пива. Також, на лицьовому боці кольєретки, в лівому верхньому куті, надруковано напис "КОД ТУТ" та зображення умовно загорнутого кута.

На зворотному боці кольєретки надруковано напис "АКЦІЯ!", напис "Лови хвилю свіжості "CHEZZ" та відправляйся в подорож з друзями на Гаваї!", а також код та умови його реєстрації.

За повідомленням ПАТ "САН ІНБЕВ УКРАЇНА", остання партія вищезазначеної акційної продукції була виготовлена 10 липня 2012 року. Зважаючи на те, що термін придатності продукції становить 6 місяців, акційна продукція могла реалізовуватись у роздрібних мережах до 10 січня 2013 року. Це свідчить про те, що Товариство свідомо допускало, що товар із заохочуючим до придбання надписом про акцію буде реалізовуватись після закінчення терміну проведення акції, при тому, що пересічний споживач не буде обізнаний про закінчення терміну акції до придбання пляшки.

На вимогу територіального відділення, ПАТ "САН ІНБЕВ УКРАЇНА" повідомило (лист від 09.10.2012 № ЮВ-288), що інформування споживачів про проведення акції здійснювалось шляхом розміщення офіційних правил акції на веб-сторінці за адресою: [www.chezz.ua](http://www.chezz.ua). Скорочена інформація щодо проведення акції розміщувалась на рекламних матеріалах, що розповсюджувались в місцях проведення акції та на самій продукції. Додаткова інформація щодо проведення акції надавалась за телефоном гарячої лінії 800 50 28 88.

На підтвердження вжиття заходів щодо інформування споживачів про умови акції "Лови хвилю свіжості CHEZZ" ПАТ "САН ІНБЕВ Україна" надало зразки рекламно-інформаційних матеріалів та договорів, пов'язаних з організацією акції та випуском етикеток для акційної продукції.

Макет плаката для реклами акції "Лови хвилю свіжості" було розроблено підприємством "ДЖИ ТУ ГРЕЙ Україна", згідно з договором про надання послуг № 01-1/2012 від 18.01.2012, та узгоджено з ПАТ "САН ІНБЕВ Україна". Виготовило плакати (у кількості 57210 шт.) ТОВ "Видавництво Діалог Пресс", відповідно до договору поставки № 3-110 від 01.04.2012.

Зразок рекламного плаката являє собою аркуш формату А1 (594 x 841 в мм), який містить у верхній частині зображення хвилі, пальм та сонця, з правого боку – зображення акційної пляшки пива "CHEZZ", з лівого боку – на синьому фоні літерами білого кольору напис "АКЦІЯ! ЛОВИ ХВИЛЮ СВІЖОСТІ CHEZZ" та на червоному фоні літерами білого кольору напис "ВІДПРАВЛЯЙСЯ В ПОДОРОЖ НА ГАВАЇ".

Нижче, літерами на синьому фоні надруковано напис "ВІДПРАВЛЯЙ КОДИ ТА МАЙ МОЖЛИВІСТЬ ОТРИМАТИ\*", під яким розміщено зображення заохочень, а саме: "НАБІР БАНОК", "ПОПОВНЕННЯ РАХУНКУ", "iPad2", "ПОДОРОЖ НА ГАВАЇ".

Під вищезазначеним зображенням білими літерами на синьому фоні надруковано напис "ЗБИРАЙ КОДИ З ДРУЗЬМИ ТА ОТРИМУЙ.\*" та зображення



заохочень, а саме: "MacBook Air", "iPhone 4S", "iPop Nano", "ПЛЯЖНИЙ РУШНИК", "ФЛЕШКА".

У нижній частині плаката дрібними літерами білого кольору (висота літер – 3 мм) на синьому фоні надруковано текст про умови та терміни проведення акції "ЛОВИ ХВИЛЮ СВІЖОСТІ CHEZZ". Зазначена інформація складається зі 150 слів, викладена суцільним текстом, в якому акценти зроблено тільки на вартості SMS (0,39 грн та 0,49 грн), назві технічного провайдера "Нікіта Мобайл Україна", його номері телефону (044-461-07-30) та номері телефону гарячої лінії (800-50-28-88) шляхом виділення цих даних з-поміж всього тексту жирним шрифтом. Викладена у такий спосіб інформація не привертає увагу споживача як така, що містить повідомлення про термін проведення акції. Крім того, прочитати цей текст без напруження зору через відсутність чіткості шрифту та його розмір можливо лише з дуже близької відстані. Зазначене ускладнює виділення та виокремлення споживачем інформації про терміни проведення акції.

Офіційні правила рекламної акції "ЛОВИ ХВИЛЮ СВІЖОСТІ CHEZZ" затверджені у додатку 1 до наказу ПАТ "САН ІНБЕВ Україна" № 63 від 03.05.2012 "Про проведення національного промо продукції під ТМ «CHEZZ»" (надалі – Додаток, Офіційні правила рекламної акції).

У пункті 3.1 Офіційних правил рекламної акції передбачено, що акція "Лови хвилю свіжості") триває на всій території України з 14 травня по 15 липня 2012 року включно.

У пункті 11 додатку передбачено, що офіційні правила розміщуються на веб-сторінці [www.chezz.ua](http://www.chezz.ua); скорочена інформація щодо акції розміщується на рекламних матеріалах, що розповсюджувались в місцях проведення акції та на Акційній продукції. Додаткова інформація щодо акції надається за телефоном гарячої лінії 800 50 28 88 протягом періоду проведення акції.

За інформацією ПАТ "САН ІНБЕВ Україна", плакати з рекламою акції "Лови хвилю свіжості" були розміщені на території торговельних закладів, що здійснюють реалізацію пива "CHEZZ" на всій території України.

Територіальним відділенням були направлені вимоги найбільшим торговельним мережам [ТОВ "Торговельний будинок "Амстор", ТОВ "Фоззі-Фуд" (мережа магазинів "Сільпо"), ТОВ "АТБ – МАРКЕТ"], що здійснюють торгівлю, в тому числі пивом, в межах України, щодо розміщення в їх торговельних закладах плакатів з рекламою акції "Лови хвилю свіжості" від ТМ "CHEZZ".

За одержаною інформацією, жодна з вищезазначених торговельних мереж, що здійснювала у 2012 році реалізацію пива "CHEZZ" [ТОВ "Торговельний будинок "Амстор", ТОВ "Фоззі-Фуд" (мережа магазинів "Сільпо"), ТОВ "АТБ – МАРКЕТ"], в тому числі акційного, не розміщувала у своїх торговельних закладах рекламно-інформаційні матеріали акції "Лови хвилю свіжості" продукції ТМ "CHEZZ", та не доводила до споживачів інформацію щодо проведення зазначеної акції шляхом здійснення оголошень.

Отже, при придбанні пива в торговельних закладах вищезазначених торговельних мереж споживач не мав можливості дізнатись про умови та терміни проведення акції з рекламних плакатів.

Реклама акції "Лови хвилю свіжості", за інформацією ПАТ "САН ІНБЕВ Україна", здійснювалась також шляхом трансляції рекламного ролика на різних телеканалах (Інтер, Новий канал, СТБ, ICTV тощо). Згідно з отриманими від ПАТ "САН ІНБЕВ Україна" ефірними довідками, рекламний ролик транслювався на телеканалах в період з 01 травня до 30 червня 2012 року.



На сайті [www.chezz.ua](http://www.chezz.ua) інформація про умови та терміни проведення акції була розміщена в період з 14 травня по 15 липня 2012 року (лист від 16.11.2012 № 402 підприємства "ДЖИ ТУ ГРЕЙ Україна").

Зважаючи на вищевикладене, після закінчення терміну дії акції, тобто після 15 липня 2012 року, єдиним засобом інформування споживачів про те, що акція "Лови хвилю свіжості" діяла у період з 14 травня по 15 липня 2012 року, є зворотній бік етикетки акційного пива, оскільки будь-які інші засоби інформування не були доступні споживачам у момент придбання акційної продукції після завершення терміну дії акції.

Відсутність інформації про термін дії акції на зовнішньому боці етикетки створювала у споживачів уявлення про те, що, придбавши пляшку акційного пива, вони мають можливість взяти участь в акції та виграти призи у будь-який час, що могло вплинути на їх наміри щодо придбання акційного пива.

Отже, ПАТ "САН ІНБЕВ Україна" внаслідок обраного способу викладення інформації, а саме, надання можливості ознайомитися з інформацією про дійсні строки акції "Лови хвилю свіжості" лише після придбання пляшки пива "CHEZZ", вводило в оману споживачів щодо дійсних строків цієї акції після її фактичного завершення.

На території України на ринку пива представлений широкий асортимент продукції, зокрема, виробництва публічного акціонерного товариства "Оболонь" (м. Київ), публічного акціонерного товариства "Карлсберг Україна" (ТМ "Славутич", ТМ "Львівське", ТМ "Арсенал"), приватного акціонерного товариства "Міллер Брендз Україна" (ТМ "Сармат"), товариства з обмеженою відповідальністю "Бердичівський пивоварний завод", публічного акціонерного товариства "ПБК "Крим" та інших суб'єктів господарювання, які перебувають у конкурентних відносинах з ПАТ "САН ІНБЕВ Україна".

В умовах високої конкуренції інформація про акцію, розміщена на етикетках пива ПАТ "САН ІНБЕВ Україна", привертала увагу потенційних споживачів та стимулювала їх до придбання саме його акційної продукції, що могло призвести до отримання неправомірних переваг у конкуренції, про що свідчать заяви споживачів.

Отже, дії ПАТ "САН ІНБЕВ Україна" є порушенням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченого статтею 15<sup>1</sup> Закону України "Про захист від недобросовісної конкуренції", у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, а саме: повідомлення на етикетці невизначеному колу осіб неповних відомостей про акцію "Лови хвилю свіжості" внаслідок обраного способу їх викладення, що могло вплинути на наміри споживачів щодо придбання акційного пива "CHEZZ" після закінчення терміну дії цієї акції.

На подання від 05.12.2012 № 02-344-спр про попередні висновки у справі № 02/58-12, ПАТ "САН ІНБЕВ Україна" листом від 19.12.2012 № ЮВ-368 надало заперечення щодо результатів розгляду справи. ПАТ "САН ІНБЕВ Україна" повідомило, що *"...в поданні не враховані істотні обставини, які, на думку ПАТ "САН ІНБЕВ Україна" підтверджують відсутність вчинення товариством стверджуваного поданням порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції"*.

Товариством, зокрема, надані фото, на яких пляшку зображено таким чином, що можна побачити зворотний бік етикетки. Товариство стверджує, що *"...для того щоб прочитати текст, розміщений на зворотному боці приклеєної до склопляшки етикетки, немає необхідності відділяти (відривати) етикетку від склопляшки,*



оскільки цей текст доступний для прочитання з протилежного боку пляшки (тобто цей текст видимий через скло протилежного боку пляшки та через рідину, яка знаходиться у пляшці)".

Зазначене заперечення спростовується матеріалами справи.

Так, під час аналізу пляшки пива "CHEZZ" було встановлено, що для отримання інформації про умови та терміни акції необхідно відірвати етикетку, про що свідчить зображення на лицьовому боці етикетки умовно загорнутого кута етикетки з написом "Шукай деталі". Водночас, на етикетці відсутні будь-які написи чи зображення, які вказують на те, що інформацію, яка міститься на зворотному боці етикетки, можливо прочитати з протилежного боку пляшки крізь скло та рідину. Крім того, скло пляшки – темно-зеленого кольору, рідина (пиво), що міститься у пляшці, є недостатньо прозорою, що у сукупності ускладнює прочитання інформації на зворотному боці етикетки.

Про неможливість прочитати інформацію на зворотному боці етикетки крізь скло пляшки свідчать і заяви гр. Тонконога О.М. та гр. Макеєвої В.О., які змушені були відірвати етикетку для отримання інформації про терміни та умови дії акції.

Під час аналізу наданих ПАТ "САН ІНБЕВ Україна" фотографій, на яких зображено зворотній бік пляшки, було встановлено, що ці фотографії зроблено з використанням особливого освітлення або спалаху, внаслідок чого зворотній бік етикетки виявився більш освітленим, ніж у звичайних умовах. Але навіть за таких умов текст є недостатньо читабельним, інформація щодо терміну акції ніяким чином не привертає до себе уваги. Зважаючи на те, що товар реалізується здебільшого у супермаркетах при відсутності спеціального освітлення, пересічному споживачеві складно отримати інформацію про терміни акції безпосередньо у місці реалізації товару до придбання пляшки. Зазначене також підтверджується матеріалами справи, зокрема фотографіями, зробленими співробітниками територіального відділення при звичайному освітленні.

Товариство також стверджує, що територіальним відділенням при з'ясуванні питання розміщення плакатів з рекламою акції не було опитано всі 51190 торгівельних закладів, у яких, за інформацією Товариства, було розміщено плакати.

Матеріалами справи встановлено, що в розгалуженій мережі магазинів ТОВ "Торгівельний будинок "Амстор", ТОВ "Фоззі-Фуд", ТОВ "АТБ – МАРКЕТ" таких плакатів не розміщувалось. При цьому обидва споживача (гр. Тонконіг О.М. та гр. Макеєва В.О.), що подали заяви до Антимонопольного комітету України, були введені в оману через те, що, купивши акційне пиво "CHEZZ", вони не змогли взяти участь в акції "Лови хвилю свіжості", оскільки не мали можливості дізнатися з інформації, розміщеної на етикетці продукції, про терміни проведення акції.

Отже, заперечення Товариства спростовуються вищевикладеним та матеріалами справи.

Доход (виручка) ПАТ "САН ІНБЕВ Україна" від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за 2012 рік становить 6 063 693 тис. (шість мільярдів шістдесят три мільйони, шістсот дев'яносто три тисячі) грн.

При визначенні розміру штрафу за вчинення ПАТ "САН ІНБЕВ Україна" порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції враховано, що порушення вчинено вперше, Товариство сприяло розгляду справи.

Враховуючи викладене, керуючись статтями 7, 12<sup>1</sup> і 14 Закону України "Про Антимонопольний комітет України", статтями 21, 27 і 30 Закону України "Про



захист від недобросовісної конкуренції" та 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 06 травня 1994 року за № 90/299 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29 червня 1998 року № 169-р) (із змінами), Тимчасова адміністративна колегія Антимонопольного комітету України

ПОСТАНОВИЛА:

1. Визнати дії публічного акціонерного товариства "САН ІНБЕВ УКРАЇНА" (вул. Фізкультури, 30 в, м. Київ, 03680, код ЄДРПОУ 30965655), які полягали у повідомленні на етикетці невизначеному колу осіб неповних відомостей про акцію "Лови хвилю свіжості" внаслідок обраного способу їх викладення, що могло вплинути на наміри споживачів щодо придбання акційного пива "CHEZZ" виробництва "САН ІНБЕВ УКРАЇНА" після закінчення терміну дії цієї акції, 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.

2. За порушення, вказане у пункті 1, накладати на публічне акціонерне товариство "САН ІНБЕВ УКРАЇНА" штраф у розмірі 1 000 000 (один мільйон) гривень.

Штраф підлягає сплаті у двомісячний строк з дня одержання рішення про накладення штрафу. Відповідно до статті 56 Закону України "Про захист економічної конкуренції" документи, що підтверджують сплату штрафу, необхідно надіслати Антимонопольному комітету України протягом п'яти днів з дня сплати штрафу.

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

Голова Тимчасової  
адміністративної колегії



С.М. ШЕРШУН