



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ
Дніпропетровське обласне територіальне відділення

ВИТЯГ З Р І Ш Е Н Н Я №10/01-12/06-13
АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ

«28» лютого 2012 року м. Дніпропетровськ Справа №7/06-10-5/13

Про порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та накладення штрафу

Адміністративна колегія Дніпропетровського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, розглянувши подання з попередніми висновками третього відділу досліджень і розслідувань Дніпропетровського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України від 14.02.2013 року №52 та матеріали справи №7/06-10-5/13, відкритої розпорядженням адміністративної колегії територіального відділення від 25.01.2013 року №7/01-13/06-13р за ознаками порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції в діях товариства з обмеженою відповідальністю «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс», передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.

В С Т А Н О В И Л А:

На виконання доручень Антимонопольного комітету України щодо розгляду заяв гр. Кузнецова Є.В., гр. Брусніловської Н.О. та гр. Швидкого О.І. щодо порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, третім відділом досліджень і розслідувань територіального відділення з 17 грудня 2012 року по 21 грудня 2012 року проведена позапланова перевірка дотримання законодавства про захист економічної конкуренції товариства з обмеженою відповідальністю «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс» (і.к. 37373551).

При проведенні перевірки встановлено наступне.

Юридична адреса товариства з обмеженою відповідальністю «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс» (і.к. 37373551) (надалі – ТОВ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс», Товариство): 49000, м. Дніпропетровськ, вул. Ульянова, 10, а фактична - 52005, Дніпропетровська область, Дніпропетровський район, смт. Ювілейний, вул. Совхозна, 76.

...

Товариство є юридичною особою, має самостійний баланс, відокремлене майно, поточний, валютний та інші рахунки в банківських установах, печатки,

штампи та бланки зі своїм найменуванням. ТОВ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс» має право від свого імені укладати договори та інші угоди, має майнові права, бути позивачем і відповідачем у господарському та інших судах.

ТОВ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс» включено до Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, ідентифікаційний код 37373551.

Згідно з довідкою з єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, основними видами діяльності Товариства є виробництво м'ясних продуктів; оптова торгівля м'ясом та м'ясопродуктами; роздрібна торгівля м'ясом та м'ясними продуктами.

Тобто, ТОВ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс» здійснює господарську діяльність та у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» є суб'єктом господарювання.

ТОВ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс» здійснює реалізацію своєї продукції через дистриб'юторів, торговельні мережі та інших контрагентів.

За інформацією, наданою Товариством під час проведення позапланової перевірки, ТОВ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс» протягом жовтня 2012 року, а саме з 01 жовтня 2012 року по 31 жовтня 2012 року, відповідно до наказу Товариства від 17 серпня 2012 року №15/1, проводило акцію на продукцію ТМ «Мясная лавка» «Обмінюй виграшні SMS на гроші» (надалі – Акція). Акція проводилась на всій території України.

Відповідно до наказу Товариства від 17 серпня 2012 року №15/1 (надалі – Наказ), замовником Акції на продукцію ТМ «Мясная лавка», є ТОВ «М'ясна фабрика «Фаворит плюс», а виконавцем, на підставі укладеного договору про надання послуг від 01 серпня 2012 року №ІФТ-2012-36-П, є товариство з обмеженою відповідальністю «ІФ Технолоджіз» (і.к. 38216890).

Згідно з Наказом, для того, щоб взяти участь в Акції будь-якій особі (що є громадянами України і проживають на території України та досягли повноліття) що бажає отримати заохочення Акції необхідно:

1. Протягом періоду проведення Акції придбати будь-яку одиницю продукції в категорії сосиски/сардельки акційної продукції ТМ «Мясная лавка» у кількості не менше однієї одиниці;

2. Знайти на упаковці акційної продукції унікальний код. Унікальний код складається з восьми символів. За кожним унікальним кодом закріплена відповідна кількість балів - 100 балів;

3. Надіслати смс-повідомлення, що містить унікальний код, на короткий телефонний номер 4440 протягом періоду проведення Акції;

4. В відповідь на відправлене учасником Акції смс-повідомлення, на мобільний номер з якого було відправлене смс-повідомлення з унікальним кодом Акції, надходить зворотнє смс-повідомлення від Виконавця Акції;

5. В зворотньому смс-повідомленні Виконавець Акції вказує інформацію, яка кількість балів знаходиться на «віртуальному рахунку» Учасника Акції, а також дати розігришів грошового заохочення (500 грн. – кожної неділі, 10 000 грн – в кінці Акції), в яких він буде приймати участь;

6. Учасник Акції, який бажає отримати заохочення Акції, може відправити будь-яку кількість унікальних кодів, як вказано вище. Кожен унікальний код, надісланий, як вказано вище, збільшує кількість балів на його віртуальному рахунку;

7. Кожен учасник Акції може мати тільки один «віртуальний рахунок» для участі в Акції. Якщо з'ясується, що учасник Акції всупереч вимогам цих правил має більш ніж один «віртуальний рахунок», всі набрані таким учасником бали будуть анульовані і учасник вважатиметься таким, що не має права на отримання заохочень Акції;

8. Смс-повідомлення повинно містити тільки один унікальний код. Унікальні коди, які вже було зареєстровані в Акції, повторно прийматися не будуть. У випадку спроби учасником Акції підібрати, сфальсифікувати або повторно зареєструвати Унікальний код, який вже був зареєстрований раніше, в реєстрації таких кодів буде відмовлено, про що учасник Акції отримає відповідне смс-повідомлення. Учасник Акції, який надіслав поспіль 10-ть і більше некоректних кодів, позбавляється права участі в Акції.

Таким чином, для того щоб взяти участь в Акції, відповідно до першого пункту Наказу, споживачу спочатку необхідно **придбати будь-яку одиницю продукції в категорії сосиски/сардельки акційної продукції ТМ «Мясная лавка» у кількості не менше однієї одиниці.**

Відповідно до Наказу, в Акції брала участь наступна продукція ТМ «Мясная лавка» (надалі – Продукція):

1. Сосиски Курячі в/с (упаковка 0,3 кг);
2. Сардельки с сиром 1с (упаковка) (св.);
3. Сардельки Класичні н/о 1с (упак.) (св. об.);
4. Сосиски «С молоком» 1с (упаковка 0,3);
5. Сосиски Докторські фірмові 1с (упаковка 0,33);
6. Сосиски Віденські 1с (упаковка 0,3кг);
7. Сосиски З сиром 1с (упаковка 0,33кг);
8. Сосиски Леопардик 1с (упаковка);
9. Сосиски Тигренок 1с (упаковка 0,3);
10. Сосиски Ласунка 1/с (упаковка 0,28);
11. Сосиски Шинкові 1с (упаковка 0,3).

Унікальний код було розміщено Товариством на зворотній поверхні акційної етикетки, яка була наклеєна на Продукцію. На лицьовій поверхні акційної етикетки містилась інформація щодо проведення Акції.

...

Проаналізувавши інформацію, яка містилась на акційних етикетках, територіальним відділенням встановлено, що на лицьовій поверхні акційних етикеток не зазначено дату щодо початку та закінчення Акції. Тривалість акції було розміщено лише на зворотній поверхні акційних етикеток.

Відтак, Товариство на лицьовій поверхні акційних етикеток не доводило до споживачів повну інформацію про умови Акції, а саме щодо періоду її проведення. Необізнаний споживач, який не був ознайомлений з рекламними матеріалами стосовно умов Акції, міг дізнатися про період проведення Акції лише зірвавши акційну етикетку, що можливо зробити лише після купівлі товару або на офіційному сайті виробника, що робити в торгівельній мережі не є доцільним.

Зазвичай споживачі при обиранні та купівлі товарів в торгівельних закладах, для того, щоб дізнатись умови тієї чи іншої акції, не користуються послугою Інтернет мережі, а читають умови акції які доведено до них в приміщеннях торгівельних закладів (рекламні листівки, плакати тощо) та на етикетках продукції.

Тому, у разі відсутності рекламних листівок та плакатів в приміщеннях торгівельних закладів, споживачі не володіють повною інформацією стосовно умов проведення Акції, оскільки період її проведення на лицьовій поверхні акційної етикетки Товариством не зазначено.

Товариство листом від 08.01.2013 року №02 зазначило, що інформація щодо умов та періоду проведення Акції була розміщена у всіх торгівельних закладах де реалізовувалась продукція, що брала участь в Акції. Зазначена інформація розміщувалась у вигляді рекламних плакатів, листівок, на вулицях розміщувались біг-борди із інформацією щодо проведення акції, зокрема строки її проведення та ін.

За інформацією ТОВ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс», Товариством проводились наступні заходи щодо рекламування Акції та Продукції:

1. Розповсюдження інформації на рекламних щитах у м. Дніпропетровську, м. Донецьку, м. Кіровограді, м. Львові, м. Луганську, м. Запоріжжі, м. Бердянську, м. Києву, м. Херсоні, м. Кривому Розі, м. Северодонецьку, Сімферополі, та м. Чернігові;

2. Розповсюдження інформації через рекламні листівки у м. Донецьку, м. Миколаєві, м. Запоріжжі, м. Житомирі, м. Кривому Розі, м. Києві, м. Дніпропетровську, м. Дніпродзержинську, м. Херсоні, м. Кіровограді, м. Ялті, м. Полтаві, м. Севастополі, м. Харкові, м. Львові, м. Чернівцях, м. Одесі, м. Новомосковську, м. Чернігові;

3. Розповсюдження інформації на офіційному сайті Товариства.

Проте, рекламні матеріали щодо умов проведення Акції (інформація на біг-бордах, рекламні листівки в торгівельних закладах, плакати тощо) розповсюджувалися Товариством лише протягом періоду її проведення. Тобто після закінчення Акції споживач, який обирає продукцію в супермаркетах, міг дізнатися про період Акції лише зірвавши акційну етикетку, що можливо зробити лише після купівлі товару.

Відповідно до інформації, наданої Товариством листом від 20.12.2012 року №88, всі акційні етикетки були використані у виробництві. Окрім цього, Товариство повідомило, що наклейка акційних етикеток на Продукцію відбувалась в період з 26.09.2012 року по 31.10.2012 року.

Тобто Товариство наклеювало акційні етикетки в останній день проведення Акції. Відтак споживач, який купував Продукцію в торгівельній мережі 01 листопада 2012 року, не мав можливості дізнатися, що Акція вже закінчилась.

Відповідно до листа Товариства 20.12.2012 року №86 ТОВ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс» протягом вересня 2012 року та жовтня 2012 року ним реалізовано Продукції:

...

Тобто, відповідно до наведених даних щодо обсягів реалізованої Продукції, у жовтні 2012 року (період проведення Акції) Товариством реалізовано більше Продукції ніж у вересні 2012 року (період, коли Акція Товариством не проводилась). Відтак проведення Товариством Акції могло спонукати споживачів до придбання Продукції.

Слід зазначити, що при реалізації в торгівельних мережах, Продукція розкладається з аналогічною продукцією інших виробників. Споживач, який звернув увагу на акційну етикетку, міг віддати перевагу Продукції Товариства

навіть у листопаді 2012 року, оскільки не мав можливості дізнатися, що Акція вже закінчилась.

Таким чином, конкуренти могли втратити своїх, введених в оману потенційних споживачів, а Товариство, в свою чергу, отримати переваги у конкуренції при реалізації товару.

Товариство у листі від 08.01.2013 року №02 зазначило, що акційна етикетка виготовлена таким способом, що дозволяє відклеювати та приклеювати акційну етикетку багато разів, про що споживачам повідомлялось. Тобто споживач мав реальну змогу (за наявності такого бажання) ознайомитися із детальними умовами Акції на зворотній поверхні акційної етикетки не придбаваючи товар.

Проте Товариство не зазначило, де саме було повідомлення про можливість споживачу відклеювати та приклеювати акційну етикетку не купуючи продукцію, що приймала участь в Акції. Навіть на офіційному сайті Товариства, де зазначались умови Акції, таке повідомлення не містилось, як і на біг-бордах, рекламних листівках в торгівельних закладах, плакатах тощо, оригінал макетах яких було проаналізовано під час проведення позапланової перевірки.

Окрім цього, на зворотній поверхні акційної етикетки, де було зазначено період проведення Акції, містився унікальний код, який надавав можливість споживачу, що придбав продукцію, приймати участь в Акції. Тобто інформація, яка містилась на зворотній поверхні етикетки, була таємною до придбання товару, що позбавляло можливість кожному споживачу відривати акційну етикетку та приклеювати її знову на упаковку, не придбавши цю одиницю товару.

Також, як було зазначено вище, згідно з наказом Товариства від 17 серпня 2012 року №15/1, для того, щоб взяти участь в Акції будь-якій особі (що є громадянами України і проживають на території України та досягли повноліття) що бажає отримати заохочення Акції необхідно:

1. Протягом періоду проведення Акції придбати будь-яку одиницю продукції в категорії сосиски/сардельки акційної продукції ТМ «Мясная лавка» у кількості не менше однієї одиниці;

2. Знайти на упаковці акційної продукції унікальний код. Унікальний код складається з восьми символів. За кожним унікальним кодом закріплена відповідна кількість балів - 100 балів;

Тобто споживачам спочатку необхідно було купити продукцію, що приймала участь в Акції, а вже потім відривати акційну етикетку, що суперечить викладеним в листі Товариства запереченням від 08.01.2013 №02 на акт проведення позапланової перевірки від 27.12.2012 року №43/01-32/06-12.

Окрім цього, споживач не має права в торгівельних закладах, не придбавши товар, розкривати упаковку продукції, або пошкоджувати цілісність упаковки, а оскільки відклеювання акційної етикетки фактично тягне за собою можливість пошкодження цілісності упаковки продукції то можливість у споживача дізнатися період проведення Акції після її закінчення взагалі була відсутня.

...

Тобто інформація, розміщена на лицьовій поверхні акційної етикетки, розповсюджувалась Товариством невизначеному колу осіб.

Споживач, базуючись на оманливій інформації, може віддати перевагу товарам Товариства, а конкуренти, які конкурують добросовісно, можуть втратити своїх покупців через дезорієнтацію споживача. Товариство, поширюючи неповну інформацію щодо періоду проведення Акції могло набути перевагу в конкуренції не завдяки власним досягненням, а шляхом введення в оману споживачів.

Враховуючи викладене, встановлено, що Товариство через інших осіб поширювало неповну інформацію стосовно умов проведення Акції на лицьовій

поверхні акційних етикеток, що містились на Продукції протягом періоду реалізації акційної Продукції, яка була здатна привернути увагу споживачів та могла вплинути на їх наміри щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання з отриманням останнім переваг у конкуренції.

Таким чином, матеріалами справи доведено, що Товариство повідомляло протягом 01.10.2012 року – 31.10.2012 року невизначеному колу осіб неповну інформацію стосовно умов проведення Акції на лицьовій поверхні акційних етикеток, що містились на Продукції, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення, що могло вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання.

На подання про попередні висновки розгляду справи щодо порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції від 14.02.2013 року №52, отриманого особисто, відповідно до листа від 15.02.2013 року №519/44/06-13, представником Товариства 15.02.2013 року, ТОВ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс», листом від 19.02.2013 року №16, порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції визнано.

Таким чином, дії ТОВ «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс» щодо поширення неповної інформації стосовно умов проведення Акції на лицьовій поверхні акційних етикеток, що містились на Продукції, є порушенням 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, через інших осіб невизначеному колу осіб, неповних відомостей, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення, що могли вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) 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.

...

- порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції товариством з обмеженою відповідальністю «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс» вчинено вперше;

- тривалість вчинення дій, які кваліфікуються як порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції;

- порушення визнано;

- порушення припинено.

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

№90/299 (в редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29.06.1998 року №169-р), зі змінами, адміністративна колегія Дніпропетровського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України

ВИРІШИЛА:

1. Визнати дії товариства з обмеженою відповідальністю «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс» (і.к. 37373551) щодо поширення неповної інформації стосовно умов проведення Акції на лицьовій поверхні акційних етикеток, що містились на Продукції, порушенням 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, через інших осіб невизначеному колу осіб, неповних відомостей, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення, що могли вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) 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, зазначених у п. 1 резолютивної частини цього рішення, накладити штраф на товариство з обмеженою відповідальністю «М'ясна фабрика «Фаворит Плюс» (і.к. 37373551) у розмірі 30 000 (тридцять тисяч) гривень.

Голова
адміністративної колегії

В.М.ОНІЩЕНКО

Члени Колегії

Л.В.ЄРМОЛАСВА

О.А.ФЕДОРЕНКО

Є.О.ВАРНАКОВ

В.П.ГАРАГУЛЯ

О.П.БЕРКУТОВ

Секретар Колегії:

Н.В.ЄПШЕВА

