



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ
ХМЕЛЬНИЦЬКЕ ОБЛАСНЕ ТЕРИТОРІАЛЬНЕ ВІДДІЛЕННЯ

РІШЕННЯ
АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ

29 травня 2020 року

Хмельницький

№ 72/16 -р/к

справа № 72/04-20

*Про порушення законодавства
про захист від недобросовісної
конкуренції та накладення штрафу*

Хмельницьким обласним територіальним відділенням Антимонопольного комітету України (надалі – Відділення) під час здійснення дослідження та аналізу рекламних оголошень на предмет дотримання законодавства про захист від недобросовісної конкуренції в м. Хмельницькому встановлено, що фізична особа-підприємець Рикун Анатолій Панасович (юридична адреса: 29000, м. Хмельницький, проспект Миру, 94-Б, кв. 22, ідентифікаційний код 2401502370) (далі – ФОП Рикун А.П., Підприємець) у закладах торгівлі м. Хмельницький реалізує м'ясні та ковбасні вироби торгівельної марки «Рикун продукт», в тому числі сосиски «Дитячі» (далі – Сосиски Дитячі, Продукт).

За результатами розгляду Відділенням справи № 72/04-20 такі дії ФОП Рикун А.П. визнано недобросовісною конкуренцією у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення суб'єктом господарювання невизначеному колу осіб через рекламу, яка містить неправдиві відомості, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення, що може вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання, що є порушенням статті 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».

На порушника накладено штраф у розмірі: 4 974,00 (чотири тисячі дев'ятсот сімдесят чотири) гривні.

Адміністративна колегія Хмельницького обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України (далі - адміністративна колегія Відділення) розглянула матеріали справи № 72/04-20 про порушення ФОП Рикун А.П. законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, що передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» та подання з попередніми висновками у справі № 72/04-20 від 23.04.2020 року №72-03/31 - п Відділу досліджень та розслідувань Відділення,

ВСТАНОВИЛА:

1. Процесуальні дії.

- (1) Відділенням здійснено дослідження та аналіз рекламних оголошень на предмет дотримання законодавства про захист від недобросовісної конкуренції в м. Хмельницькому.
- (2) Розпорядженням адміністративна колегія відділення від 24 січня 2020 року 72/04 - рп/к розпочато розгляд справи № 72/04-20 (далі – Справа) відносно ФОП Рикун А.П. за дії, які полягали у повідомленні на етикетках сосисок, маркованих позначенням «Дитячі» неповних, неточних відомостей щодо особливих характеристик харчового продукту, порушенням законодавства про захист від

недобросовісної конкуренції, що передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману невизначене коло осіб, зокрема, внаслідок обраного способу їх викладення, що може вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання.

- (3) На адресу ФОП Рикун А.П. були направлені вимоги про надання інформації від 23.10.2019 року № 72-02/1769, від 27.11.2019 року №72-02/1997 та від 02.03.2020 року №72-02/441.
- (4) Відділенням проведено незалежне анкетування, в якому взяло участь 100 респондентів, під час розгляду справи №72/04-20 відносно ФОП Рикун А.П.
- (5) Листом від 27 квітня 2020 року №72-02/763 на адресу ФОП Рикун А.П. було направлено подання з попередніми висновками у справі від 23.04.2020 року №72-03/31 – п.
- (6) Листом від 19 травня 2020 року №72- 02/868 на адресу ФОП Рикун А.П. було направлено запрошення на засідання адміністративної колегії Відділення.

2. Відповідач.

- (7) Відповідачем у Справі (далі -Відповідач) є:

(а) ФОП Рикун А.П. проспект Миру, 94-Б, кв. 22, м. Хмельницький, 29000 ідентифікаційний номер - 2401402370. ФОП Рикун А.П. є фізичною особою - підприємцем, зареєстрованим виконавчим комітетом Хмельницької міської ради, свідоцтво про державну реєстрацію від 15.12.2000 року №2 673 017 0000 006410.

Згідно з відомостями з Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України основним видом діяльності Підприємця за КВЕД-2010 є: 10.13 Оптова торгівля м'ясом і м'ясними продуктами.

ФОП Рикун А.П. є суб'єктом господарювання у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

3. Обставини справи.

- (8) Під час розгляду Справи Відділенням встановлено наступне.
- (9) Відділенням встановлено та зафіксовано, що у закладах торгівлі м. Хмельницький реалізуються м'ясні та ковбасні вироби торгівельної марки «Рикун продукт», в тому числі сосиски «Дитячі» (Фото 1).



- (10) Виробництво та реалізацію ковбасної та м'ясної продукції торгівельної марки «Рикун продукт», в тому числі сосиски «Дитячі», на території м. Хмельницький здійснює ФОП Рикун А.П..
- (11) Листом від 31.10.2019 року №435 ФОП Рикун А.П. повідомив, що розробником оформлення та змісту етикетки продукту сосиски «Дитячі» було ТОВ «ПОЛІГРАФ – ДИЗАЙН ЛЕЙБЛ», яке діяло на замовлення та за погодженням Підприємця на підставі укладеного договору про надання послуг з виготовлення поліграфічної продукції №10/01/2017 від 10.01.2017 року.
- (12) Відповідно до статті 1 Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» етикетка – це бирка, напис, ярлик, що містить малюнки чи написи, написані, надруковані, нанесені за допомогою трафарету, витиснені або вдавлені та прикріплені до одиниці упаковки з харчовими продуктами.
- (13) Головним призначенням етикетки є маркування товару, яке необхідне для підтвердження якості харчового продукту та інформування покупця про нього.
- (14) Крім того, однією з основних функцій етикетки товару є донесення інформації до відома споживачів про товар, його властивості, виробника товару, тощо.
- (15) Згідно з статтею 1 Закону України «Про рекламу» реклама - інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформуванню або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.
- (16) Споживачі реклами – невизначене коло осіб, на яких спрямовується реклама.
- (17) Тобто, реалізація маркованого товару з відповідною інформацією на етикетці є розповсюдженням інформації про даний товар невизначеному колу осіб.

- (18) Відповідно до статті 1 Закону України «Про рекламу» розповсюджувач реклами - особа, яка здійснює розповсюдження реклами.
- (19) Таким чином, реалізуюючи Продукт з відповідним маркуванням на етикетці ФОП Рикун А. П. є розповсюджувачем реклами про харчовий продукт сосиски «Дитячі».
- (20) Як вбачається з етикетки Продукту домінуючим позначенням, що привертає увагу споживача, є назва продукту «Дитячі», оскільки вона нанесена великим жирним шрифтом (див. Фото 1).
- (21) Інформація про назву та склад продукту, при маркуванні товару, як одна з суттєвих умов його придбання, є одним із факторів, що може вплинути на вибір споживачем виробника та виду продукту.
- (22) Положенням статті 4 Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» визначено загальні вимоги до інформації про харчові продукти, а саме:
- будь-який харчовий продукт, призначений для кінцевого споживача або закладу громадського харчування, має супроводжуватися інформацією про харчовий продукт відповідно до вимог цього Закону.;
 - інформація про харчовий продукт має бути точною, достовірною та зрозумілою для споживача;
 - інформація про харчовий продукт не повинна вводити в оману, зокрема щодо особливих характеристик харчового продукту, якщо аналогічні харчові продукти мають такі самі характеристики, зокрема шляхом підкреслення факту наявності або відсутності певних інгредієнтів та/або поживних речовин.
- (23) На вітрині, де представлені декілька видів сосисок варених, при виборі продукції споживач віддав би перевагу товару із назвою «Дитячі», вважаючи, що він виготовлений для дитячого харчування та є безпечним для дітей незалежно від віку та відповідає всім нормативним вимогам дитячого харчування.
- (24) Продукція для дітей асоціюється з найвищим рівнем якості: найкращою сировиною, мінімумом добавок, пильним контролем показників безпеки. Адже дитячий організм менш "приспосований" до всіх несприятливих факторів, до того ж для організму, що росте, дуже важливо споживати якісні натуральні харчові продукти.
- (25) Таким чином, враховуючи вищезазначене сосиски «Дитячі» торгівельної марки «Рикун продукт» виробництва ФОП Рикун А.П. є продуктом, який на думку потенційних споживачів призначений для дитячого харчування.
- (26) Згідно з статтею 1 Закону України «Про охорону дитинства» дитина - особа віком до 18 років (повноліття), якщо згідно з законом, застосовуваним до неї, вона не набуває прав повнолітньої раніше.
- (27) Відповідно до Закону України «Про дитяче харчування», дитячим харчуванням є продукти, призначені для задоволення дієтичних потреб дітей грудного та раннього віку (до трьох років). Відповідно до цього ж закону, дитяче харчування є продуктом спеціального дієтичного споживання.
- (28) Згідно з статтею 1 Закону України «Про дитяче харчування» дитяче харчування - це харчовий продукт, призначений центральним органом виконавчої влади, що

забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров'я, для спеціального дієтичного споживання, спеціально перероблений або розроблений для забезпечення задоволення дієтичних потреб дітей грудного та раннього віку.

- (29) Разом з тим, у статті 1 Закону України «Про дитяче харчування» вказано, що виробництво дитячого харчування - господарська діяльність, пов'язана з виробленням дитячого харчування, включаючи всі стадії технологічного процесу, у тому числі виготовлення, пакування та етикетування;
- діти грудного віку – діти віком від народження до одного року;
 - діти раннього віку - діти віком від одного до трьох років.
- (30) Виробник дитячого харчування – юридична особа, яка здійснює господарську діяльність з виробництва дитячого харчування з метою введення його в обіг.
- (31) Зазначення на етикетці Продукту інформації «Дитячі» може наштовхнути споживачів на думку про те, що його вироблено для харчування дітей грудного та раннього віку, а отже такий продукт призначається для харчування дітей у віковій категорії до трьох років.
- (32) Згідно з статтею 9 Закону України «Про дитяче харчування» визначено ряд основних вимог щодо виробництва дитячого харчування:
1. Дитяче харчування, що виробляється в Україні, підлягає державній санітарно-епідеміологічній експертизі та державній реєстрації в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, має відповідати обов'язковим параметрам безпеки та мінімальним специфікаціям якості, затвердженим центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров'я, та бути етикетованим відповідно до вимог Закону України "Про основні принципи та вимоги до безпеки та якості харчових продуктів" та цього Закону.
 2. Нормативна документація щодо виробництва дитячого харчування підлягає державній реєстрації відповідно до закону.
 3. У виробництві дитячого харчування забороняється використання сировини, що не відповідає встановленим законодавством санітарним заходам.
 4. Харчові добавки та ароматизатори дозволяються для використання у виробництві дитячого харчування після їх реєстрації центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері охорони здоров'я.
 5. У виробництві дитячого харчування забороняється використання таких харчових добавок:
 - штучних ароматизаторів (крім ваніліну, етилваніліну та ванільного екстракту);
 - барвників;
 - підсолоджувачів (крім функціонального дитячого харчування);
 - консервантів, стабілізаторів, підсилювачів смаку та аромату.
 6. У виробництві дитячого харчування забороняється використання пальмового стеарину, продуктів гідрогенізації олій (маргарину, спреду), бавовняної олії та олій з кунжуту, сумішей спецій та прянощів, до складу яких входять не зареєстровані або заборонені до використання у виробництві дитячого харчування харчові добавки.
 7. У виробництві дитячого харчування з інгредієнтами тваринного походження забороняється використання:

- м'яса механічного обвалювання, шкури свинячої, субпродуктів (крім серця, печінки, язика), гідратованого білка сої та її похідних, а також м'яса забійних тварин та птиці, підданого повторному заморожуванню;
 - риби ставкової та придонної, гідратованого білка сої та її похідних, а також м'яса риби, підданого повторному заморожуванню.
8. Дитяче харчування фасується в асептичну та/або герметичну упаковку, що має забезпечувати безпечність та збереження поживної цінності продукту протягом визначеного виробником строку придатності до споживання.
 9. Упаковка для дитячого харчування виготовляється з матеріалів, дозволених для використання центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері охорони здоров'я, для цих цілей.
 10. Використання технологічного обладнання, допоміжних засобів та матеріалів для виробництва та обігу дитячого харчування здійснюється за наявності відповідного висновку державної санітарно-епідеміологічної експертизи.
 11. Декларування виробником відповідності якості та безпечності дитячого харчування здійснюється в порядку, визначеному законом.
- (33) З аналізу вказаних положень можна дійти висновку, що чинним законодавством України про дитяче харчування під поняттям «дитина грудного віку» та «дитина раннього віку» розуміються особи віком до трьох років.
- (34) Крім того, до суб'єкта господарювання, який здійснює господарську діяльність з виробництва дитячого харчування ставляться значно жорсткіші вимоги, ніж до виробників звичайного харчування. Зокрема, вказане полягає у отриманні додаткових дозволів на випуск такої продукції, отримання та переробки сировини, вжиття особливих санітарних вимог тощо.
- (35) У частині 11 статті 11 Закону України «Про дитяче харчування», текст для етикетування дитячого харчування підлягає затвердженню центральним органом виконавчої влади у сфері охорони здоров'я.
- (36) ФОП Рикунюм А.П. не проводилась вищевказана державна санітарно-епідеміологічна експертиза і державна реєстрація. Текст етикетки сосисок «Дитячі» не затверджувався центральним органом виконавчої влади у сфері охорони здоров'я.
- (37) Відповідно до частини першої статті 5 Закону України «Про дитяче харчування» державне регулювання виробництва та обігу дитячого харчування здійснюється з метою забезпечення гарантій щодо відповідності дитячого харчування, у тому числі того, що імпортується на територію України, обов'язковим параметрам безпечності та мінімальним специфікаціям якості, затвердженим центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров'я та повноти, достовірності та доступності інформації стосовно дитячого харчування, у тому числі тієї, що наводиться на етикетці.
- (38) Разом з тим, згідно з частиною 2 статті 11 Закону України «Про дитяче харчування» на етикетці поруч із назвою продукту зазначається вік дитини, з якого дозволяється споживання цього продукту.
- (39) Отже, більшість споживачів може сприймати продукцію з назвою «Дитячі», як таку, що призначена, зокрема, і для дитячого харчування. Для уникнення змішування продукції для дітей віком від 3-х років із дитячим харчуванням, виробник зобов'язаний був вказати на лицевій поверхні упаковки у доступній для споживача формі вік дитини з якого можливе вживання (наприклад, «для дітей віком від 3-х років», або що Продукт «не є дитячим харчуванням»).

- (40) На етикетці сосисок «Дитячі» відсутнє зазначення віку дитини, з якого дозволяється споживання зазначеного Продукту. При цьому самі сосиски не можуть бути віднесені до дитячого харчування.
- (41) Відсутність на етикетці Продукту зазначеної вище інформації, може вплинути на наміри споживачів щодо придбання цього товару та поставити ФОП Рикун А. П. у більш вигідне становище у порівнянні з іншими суб'єктами господарювання, які діють на відповідному товарному ринку.
- (42) Зважаючи на те, що реклама стимулює зацікавленість споживачів до купівлі товарів, повідомлення у позначенні неправдивих відомостей може ставити Підприємця у більш вигідне становище та може надавати йому переваги серед інших суб'єктів господарювання, що здійснюють реалізацію ковбасних виробів, посилюючи при цьому свою конкурентну позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неправдивих відомостей.
- (43) З метою встановлення впливу на споживачів інформації на етикетках сосисок, маркованих позначенням «Дитячі» неповних, неточних відомостей щодо особливих характеристик харчового продукту Відділенням проведено опитування споживачів, які можуть бути потенційними споживачами даних продуктів харчування.
- (44) За результатами проведеного опитування в якому взяло участь 100 респондентів встановлено, що 96% опитуваних споживачів вважають, що продукція з позначенням «Дитячі» має обов'язково проходити державну санітарно-епідеміологічну експертизу та державну реєстрацію в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України та повинна відповідати обов'язковим параметрам безпеки та мінімальним специфікаціям якості, затвердженим центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров'я, та бути етикетованим відповідно до вимог Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпеки та якості харчових продуктів».
- (45) Крім того, 92% опитуваних споживачів вважають, що розміщення позначення «Дитячі» на упаковці продукції могло ввести в оману, у разі якщо ця продукція не відноситься до дитячого харчування.
- (46) Враховуючи вищезазначене, Підприємець не зазначивши на етикетці вік дитини, з якого дозволяється споживати сосиски «Дитячі», або, що Продукт «не є дитячим харчуванням» вводить в оману споживачів презентувавши сосиски «Дитячі», як такі, що можуть сприйматися споживачами, як продукція для дитячого харчування, хоча вони мають такі самі характеристики, інгредієнти та поживні речовини, як і продукція його конкурентів, які зазначають на етикетці сосисок «Дитячі» вік дитини з якого дозволяється споживання сосисок «Дитячих», або що Продукт «не є дитячим харчуванням».
- (47) Тобто, ФОП Рикун А. А. міг посилити свою конкурентну позицію та отримати неправомірні переваги у конкуренції не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неповних відомостей щодо споживчих властивостей товару.
- (48) Разом з тим, на даному ринку функціонує велика кількість малих та середніх, за обсягами виробництва, суб'єктів господарювання, що здійснюють реалізацію ковбасних виробів, які на рівні з іншими складають конкуренцію Підприємцю на даному ринку.

- (49) За наявною у Відділення інформацією на території м. Хмельницького крім ФОП Рикун А.П., реалізацією ковбасної та м'ясної продукції займаються, також ряд інших суб'єктів господарювання, зокрема, ТОВ «Проскурів – Агро», ТОВ «Верест», ФОП Боднар В. А., ТОВ «Анаїда», ПП «Агропродукт» та інші.
- (50) 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.
- (51) Згідно із законодавством України, реклама призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами, повинна бути чіткою та достовірною. Отже, вся інформація повинна бути доступна для споживачів при ознайомленні з рекламою без спеціальних зусиль.
- (52) Згідно з приписами статті 7 Закону України «Про рекламу»: «Основними принципами реклами є: законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди».
- (53) У разі, коли суттєва інформація, відсутність якої здатна обдурити очікування споживачів, формально присутня в рекламі, проте форма подання відомостей така, що дана інформація не може бути сприйнята людьми, слід визнавати, що дані відомості не були доведені належним чином, у зв'язку з чим споживач фактично не отримав передбачену законом інформацію і введений в оману щодо товару чи послуги, що рекламується.
- (54) Статтею 1 Закону України «Про рекламу» визначено, що недобросовісна реклама – це реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження.
- (55) Навіть за умови відповідності змісту реклами вимогам частини 3 статті 8 Закону України «Про рекламу», зазначена реклама може бути визначена як недобросовісна.
- (56) Відповідно до статті 26 Закону України «Про рекламу», контроль за дотриманням законодавства України про рекламу здійснюють у межах своїх повноважень, зокрема Антимонопольний комітет України - щодо дотримання законодавства про захист економічної конкуренції. Крім того, відповідний орган державної влади має право вимагати від рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами усунення виявлених порушень вимог законодавства, приймати рішення про визнання реклами недобросовісною.
- (57) Метою будь-якої комерційної реклами, є стимулювання збуту товарів, робіт, послуг шляхом привернення уваги потенційного покупця до переваг придбання або саме цих товарів, робіт, послуг, або товарів, робіт, послуг у конкретного суб'єкта господарювання, тобто реклама має на меті вплинути на наміри споживачів щодо придбання товарів, робіт, послуг.

(58) Відповідно до статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», економічна конкуренція – змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товару на ринку.

4. Кваліфікація порушення Відповідача конкурентного законодавства.

(59) Відділенням встановлено, що дії ФОП Рикун А. П. є порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, що передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».

(60) Згідно з статтею 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» конкуренція – це змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товару на ринку.

(61) 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.

(62) Таким чином, дії ФОП Рикун А. П., що полягають у повідомленні на етикетках сосисок, маркованих позначенням «Дитячі» неповних, неточних відомостей щодо особливих характеристик харчового продукту, порушенням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, що передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману невизначене коло осіб, зокрема, внаслідок обраного способу їх викладення, що може вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання.

5. Заперечення Відповідачів та їх спростування.

(63) У відповідь на подання з попередніми висновками у справі №72/04-20 від 23 квітня 2020 року №72-03/31 - п Підприємець будь-яких зауважень чи заперечень по результатам розгляду справи не надав.

6. Остаточні висновки Відділення.

(64) 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.

- (65) Статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» визначено, що 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.
- (66) Таким чином, доказами, зібраними у Справі, доводиться висновок Відділення, про те, що дії Відповідача, які полягали у:
- повідомленні на етикетках сосисок, маркованих позначенням «Дитячі» неповних, неточних відомостей щодо особливих характеристик харчового продукту, порушенням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, що передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману невизначене коло осіб, зокрема, внаслідок обраного способу їх викладення, що може вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання.

7. Визначення розміру штрафу.

- (67) Відповідно до частини першої статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», за 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.
- (68) Відповідно до інформації (лист від 10.03.2020 року вх. №72-01/289), дохід (виручка) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за 2019 рік ФОП Рикун А. П. становив – 1 708 115 грн. Дохід від реалізації сосисок «Дитячі» торгівельної марки «Рикун продукт» виробництво та реалізацію яких здійснює ФОП Рикун А. П за 2019 рік складає – 99 465 грн.
- (69) Згідно з інформацією наданою Підприємцем (лист від 10.03.2020 року вх. №72-01/289) реалізацію сосисок «Дитячі» торгової марки «Рикун продукт» він здійснює з липня 2019 року.
- (70) При визначенні розміру штрафу пропонуємо врахувати наступне:
- Порушення законодавства про захист економічної конкуренції ФОП Рикун А. П. – припинено (лист від 06.02.2020 року №608);
 - Підприємець сприяв розгляду справи №72/04-20.

Враховуючи вищевикладене, керуючись статтями 12, 12¹, 14, 17 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтею 48 Закону України «Про захист економічної конкуренції», пунктом 11 Положення про територіальне відділення Антимонопольного комітету України, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 23 лютого 2001 року №32-р та зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 30 березня 2001 року № 291/5482, (зі змінами), пунктом 33 Правил розгляду заяв і справ про порушення

законодавства про захист економічної конкуренції, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року за №5, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 6 травня 1994 року за №90/299 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29 червня 1998 року № 169-р) (зі змінами), адміністративна колегія Відділення,

ВИРІШИЛА:

1. Визнати дії фізичної особи-підприємця Рикуну Анатолія Панасовича (юридична адреса: 29000, м. Хмельницький, проспект Миру, 94-Б, кв. 22, ідентифікаційний код 2401502370), які полягають у повідомленні на етикетках сосисок, маркованих позначенням «Дитячі» неповних, неточних відомостей щодо особливих характеристик харчового продукту, порушенням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, що передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману невизначене коло осіб, зокрема, внаслідок обраного способу їх викладення, що може вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання.

2. За вчинене порушення, зазначене у пункті 1 резолютивної частини цього рішення, згідно з статтею 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», на фізичну особу-підприємця Рикуну Анатолія Панасовича накласти штраф у розмірі 4 974,00 (чотири тисячі дев'ятсот сімдесят чотири) гривні.

Згідно з частиною третьою статті 56 Закону України «Про захист економічної конкуренції» особа, на яку накладено штраф за рішенням органу Антимонопольного комітету України, сплачує його у **двомісячний строк** з дня його одержання.

Відповідно до частини першої статті 60 Закону України «Про захист економічної конкуренції» рішення органів Антимонопольного комітету України може бути оскаржене до Господарського суду **в двомісячний строк** з дня його одержання.

Відповідно до частини восьмої статті 56 Закону України «Про захист економічної конкуренції», **протягом п'яти днів** з дня сплати штрафів, необхідно надіслати до Відділення документи, що підтверджують сплату штрафу.

Голова адміністративної колегії
голова відділення

О. ФЕДОРЧУК