



**АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКЕ ОБЛАСНЕ ТЕРИТОРІАЛЬНЕ ВІДДІЛЕННЯ**

**РІШЕННЯ
АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ**

24 листопада 2016 року

м. Тернопіль

№ 41-р/к
Справа № 850-НК

Про порушення законодавства
про захист економічної конкуренції
та накладення штрафу

Адміністративна колегія Тернопільського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, розглянувши матеріали справи № 850-НК про порушення товариством з обмеженою відповідальністю «СП Продсервіс» (надалі – Товариство), вул.Львівська, 100, м.Бережани, Тернопільська обл., законодавства про захист економічної конкуренції та подання другого відділу досліджень і розслідувань від 27.10.2016 №161,

ВСТАНОВИЛА:

Розпорядженням адміністративної колегії Тернопільського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України від 13.05.2016 № 11-рп/к розпочато розгляд справи № 850-НК у зв'язку з наявністю в діях Товариства ознак порушення законодавства про захист економічної конкуренції.

Товариство є юридичною особою, ідентифікаційний код 37737704. Свою діяльність здійснює відповідно Статуту, зареєстрованого 12.09.2011 за №16471020000000710 державним реєстратором Бережанської районної державної адміністрації, має необхідне майно, самостійний баланс, рахунки в установах банків, штампи, печатку і бланки зі своїм найменуванням. Види діяльності за КВЕД 10.41 «Виробництво олії та тваринних жирів», 1073 «Виробництво макаронних виробів і подібних борошняних виробів» (основний).

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

Відповідно до доручення Голови Антимонопольного комітету України від 26.02.2016 № 14-01/194-Б другим відділом досліджень і розслідувань Тернопільського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України в ході розгляду звернення гр.Бинди А.К., м.Чернівці (надалі -Заявник), проведено дослідження щодо наявності в діях Товариства ознак порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.

Заявником повідомлено про придбання олії соняшникової рафінованої торгівельної марки «Рідне поле» у соціальному магазині «СУПЕР ЕКОНОМ», м.Чернівці, вул. Полетаєва, 2А. На етикетці олії зазначено, що продукція розфасовується Товариством та має об'єм 2 літри. Заявником замовлено в ДП «Чернівецький регіональний науково-виробничий центр стандартизації, метрології та сертифікації» (ДП «Буковинастандартметрологія») випробування продукції за показниками: маса нетто, відхилення від маси, та надано копію протоколу випробувань від 17.10.2015 № 291, згідно з яким фактичне значення показника

«Маса нетто» становило 1697,6 г. Так як на етикетці олії була зазначена маса нетто 1840 г, то фактичне відхилення становило - 142,4 г, а не ± 20 г, як зазначається на етикетці.

На думку Заявника, фасувальник олії «Рідне поле», Товариство, умисно поширює неточну інформацію, прикриваючись заниженою вартістю продукції, спосіб викладення якої може спонукати споживача придбати продукт, фізична характеристика якого (вага) не відповідає зазначеній на етикетці.

Товариство розфасовує широкий асортимент продуктових виробів (олію, макаронні вироби, спеції, приправи), зокрема, олію соняшникову рафіновану дезодоровану виморожену марки «П» під торгівельною маркою «Рідне поле» (надалі-Олія), виробником якої є ПП «Оліяр», с.Ставчани Пустомитівського р-ну Львівської обл., та ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат», м.Київ (лист Товариства від 28.03.2016 № 14).

За інформацією Товариства (листи від 28.03.2016 № 14, від 31.03.2016 № 17, від 15.04.2016 № 17) фасування Олії відбувається на обладнанні та в приміщеннях, орендованих в ТОВ СП «Джерела» (договора на оренду обладнання від 02.01.2015 без номеру та на оренду нежитлового приміщення від 02.01.2015 без номеру), тара для фасування Олії роздувається самостійно з ПЕТ-форм місткістю 1л, 2л, 5л згідно з технологічною інструкцією по виробництву продукції «Олія соняшникова рафінована дезодорована виморожена марки «П» ТМ «Рідне поле»» (надалі-Технологічна Інструкція), розробленою спеціалістами Товариства та затвердженою директором Товариства 01.01.2013, відповідно до ДСТУ 4492:2005 (ДСТУ 4492:2005 «Олія соняшникова. Технічні умови», надалі ДСТУ-4492:2005). На замовлення Товариства ДП «Тернопільстандартметрологія» 26.08.2015 відібрано зразки продукції та проведено випробування Олії виробництва ПП «Оліяр» та ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат». За результатами випробувань (протоколи від 01.09.2015 № 0261 та № 0261/1) видано сертифікати відповідності вимогам ДСТУ 4492:2005 «Олія соняшникова. Технічні вимоги» за № UA 1.041.X004013-15 та № UA 1.041.X004014-15 з терміном дії 01.09.2015 -12.08.2017 (надалі- Сертифікати відповідності).

Серед контрагентів, яким здійснювалось постачання Олії, юридичні особи та фізичні особи-підприємці Тернопільської області та Західного регіону України. Також інформація щодо можливості придбання олії «Рідне поле» в ПЕТ-упаковці 1л, 2л, 5л знаходиться в мережі Інтернет на веб-сайті Товариства за адресою <http://prodservis.all.biz/podsolnechnoe-maslo-rafinirovannoe-marki-p-g1221075>, веб-сайті інтернет-магазину ринку «Шувар», м.Львів (<http://vip.shuvar.com/produkty/oliya-otset/oliya-ridne-pole-5l>).

Листом від 28.04.2016 № 24 Товариством надані зрізки трьох етикеток (надалі- Етикетка № 1, Етикетка № 2, Етикетка № 3) на Олію :



Етикетка № 1



Етикетка № 2



Етикетка № 3

В центральній частині Етикеток на тлі художнього малюнка розміщені надписи: «Рідне поле», цифри «1», «2», або «5» біля надпису «Олія соняшникова» (в нижній частині). Відомості щодо марки олії, виробника, фасувальника, номеру партії та маси нетто (відповідно 875 г ± 10 г, 1700 г ± 20 г, 4250 г ± 1,5 %) розташовані в правій частині етикетки. В лівій частині етикетки зазначена інформація про вид олії, склад, харчову (поживну) та енергетичну цінність 100 г продукту, умови зберігання та відомості про розміщення терміну придатності, номеру виробника. В нижній частині етикетки розташований штрих-код продукції, надписи «ДСТУ 4492:2005», «Без ГМО». Надписи в центральній частині етикетки (цифри «1», «2», «5» та надпис «ОЛІЯ СОНЯШНИКОВА») виконані шрифтом висотою 12 мм, решта тексту, в тому числі вага нетто, надруковано шрифтом висотою 2 мм, крім надписів «СОНЯШНИКОВА» «ДСТУ 4492:2005», «РАФІНОВАНА», «Марки «П»», які виконані шрифтом висотою 3 та 3,5 мм.

Згідно з Сертифікатами відповідності Олія підлягає фасуванню у пляшки ПЕТ масою 846, 875, 920, 1472, 1700, 1840, 4250, 4600 г.

Згідно з Актом відбору зразків від 03.03.2016, Актом без номеру від 03.03.2016 та протоколом випробувань №0053 від 10.03.2016, спеціалістами ДП «Тернопільстандартметрологія» відібрані для сертифікації, ідентифіковані та пройшли випробування зразки продукції (олія соняшникова рафінована дезодорована виморожена ТМ «Рідне поле», виробництва ПП «Оліяр» Львівська обл., розфасованої Товариством), розфасовані в ПЕТ-пляшки масою нетто 920 г.

Для випробування ДП «Буковинастандартметрологія» (протокол випробувань № 291/994 від 28.10.2015) був наданий взірець продукції «Олія соняшникова рафінована дезодорована виморожена ТМ «Рідне поле», виробництва ПП «Оліяр» Львівська обл., розфасованої Товариством, в ПЕТ-пляшці вагою нетто 1840 г.

В листі від 15.04.2016 №17 Товариство зазначило, що Олія розливається для покупців в тару приблизно від 0,7 кг до 5 кг, відповідність зазначеній на етикетці інформації щодо ваги та об'єму контролюється безпосередньо працівником, який проводить розлив олії в пляшки шляхом контрольного зважування на вазі.

Згідно з Технологічною Інструкцією розлив олії соняшникової проводять в тару місткістю 1л, 2л, 5л. Технологічний процес, затверджений зазначеною інструкцією, складається з декількох етапів (транспортування, контроль якості олії, підготовка олії до очистки та фільтрації, очистка та фільтрація олії, контроль якості олії перед розфасовкою, виготовлення тари для фасування олії, роздув пляшки з ПЕТ-форми місткістю 1л, 2л, 5л, підготовка закрутки, ручки, клею, етикетки для розфасовки, розлив олії в пляшки, пакування олії, зберігання в складських приміщеннях, контроль за зберіганням шляхом відбору проб зі складу) та не передбачає етапу контролю маси нетто розфасованої олії.

Слід зазначити, що, зважаючи на значення густини олії соняшникової в середньому $\rho = 0,92$ г/мл при температурі 20 ° С, 1 л олії соняшникової важить 920 г, 2 л- 1840 г, 5л- 4600 г. При цьому п. 9.2. ДСТУ 4492:2005 дозволені наступні допустимі відхилення маси

нетто фасованої олії, зокрема, якщо маса нетто розфасованої олії становить 750г-1000 г, то таке відхилення становить «-10 г», при вазі 1000г- 2000 г - «-20г», при вазі 3000г- 5000 г – «-1,5%».

В листі від 28.03.2016 № 14 Товариство повідомило, що є автором, розробником, замовником етикетки на олію; етикетки виготовляються ПрАТ «ВК «Лілея» за договором на виготовлення друкованої продукції від 31.12.2013 № 18/13; маркування проводиться згідно ДСТУ 4518:2008, вимоги і положення якого є рекомендованими.

Вимогами п.8 «Маркування» ДСТУ 4492:2005 передбачено нанесення на етикетку маркування будь-яким способом, що забезпечує чітке позначення і читання, зокрема, маси нетто олії в грамах або об'єму в см³.

Згідно із вимогами Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів» (статті 36,38) забороняється обіг харчових продуктів, маркування яких не відповідає вимогам законодавства про безпечність та окремі показники якості харчових продуктів. Маркування харчових продуктів повинно забезпечувати споживача інформацією, яка надає йому можливість здійснити вибір харчового продукту відповідно до потреб споживача. Неправильно маркованим вважається харчовий продукт, якщо, зокрема: етикетка підроблена або вводить в оману. Аналогічні вимоги містяться в статті 39 Закону України "Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», який є новою редакцією Закону України «Про безпечність та якість харчових продуктів» (в редакції Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо харчових продуктів»).

Вважаючи, що правдивість і доступність інформації є одним з основних принципів добросовісної конкурентної практики, існує загальне правило, закріплене в частині третій статті 10^{bis} Паризької конвенції, відповідно до якої поширення будь-якої інформації, що вводить в оману, є несумісним з добрими звичаями.

Відповідно до пункту 5 Технічного регламенту щодо правил маркування харчових продуктів, затвердженого наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики 28.10.2010 № 487 та зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 11 лютого 2011 року за № 183/18921 (надалі - Технічний регламент щодо правил маркування): «маркування харчових продуктів та спосіб, яким його виконують, не повинні: а) 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; необґрунтованого зазначення інформації про властивості харчового продукту, яких у нього немає».

В п.6 Технічного регламенту щодо правил маркування зазначено, що вимоги до маркування харчових продуктів повинні забезпечувати надання споживачу необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про харчовий продукт. У маркуванні, оформленні, рекламуванні харчових продуктів забороняється використання будь-якої інформації, яка вводить в оману споживача.

Згідно з п. 31 Технічного регламенту щодо правил маркування назву, кількість харчового продукту у його маркуванні розташовують в однаковій зоні видимості. Обов'язкову інформацію в маркуванні, зокрема, щодо кількості товару, треба розташовувати в помітному місці так, щоб вона була видимою і незмивною. У жодному разі ця інформація не повинна розміщуватись у прихованому, недоступному місці або затінюватись чи перекриватись іншими написами або графічними зображеннями.

«Технічним регламентом щодо деяких товарів, які фасують за масою та об'ємом у готову упаковку», затвердженим постановою Кабінету Міністрів України від 16 грудня 2015 р. № 1193 (надалі – Технічний регламент фасування товарів в готову упаковку) встановлено вимоги до товарів, які фасуються за масою та об'ємом у готову упаковку. Зокрема, в п.6 додатку 1 «Вимоги до упакованих одиниць» до Технічного регламенту фасування товарів в готову упаковку зазначено, що на всіх упакованих одиницях, пакувальником або за письмовим дорученням його представником наноситься маркування, яке повинне бути незмивним, помітним та розбірливим і містити:

-номінальний вміст (виражений в кілограмах, грамах, літрах, сантілітрах або мілілітрах), що зазначається цифрами, після яких розташовані назва або позначення одиниці вимірювання відповідно до Закону України “Про метрологію та метрологічну діяльність”. При цьому мінімальна висота цифр (в міліметрах), якими позначається номінальний вміст залежить від номінального вмісту упакованої одиниці, зокрема, номінальний вміст від 201 до 1000 (включно) г або мл позначається шрифтом 4мм, від 1001 г/мл – шрифтом 6 мм;

-найменування, зареєстроване комерційне найменування та/або зареєстровану торговельну марку (знак для товарів і послуг), що дає змогу центральному органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері метрологічного нагляду (далі - орган з метрологічного нагляду), ідентифікувати пакувальника або особу, яка організовує пакування.

Відповідно до вимог ст. 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 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 суб'єкта господарювання.

Після отримання розпорядження адміністративної колегії Тернопільського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України від 13.05.2016 № 11-рп/к Товариство листом від 27.05.2016 № 29 повідомило, що при фасуванні Олії, одночасно з Етикетками №1, №2, №3, використовуються інші етикетки, та надало взірці ще чотирьох етикеток (надалі - Етикетка № 4, Етикетка № 5, Етикетка № 6, Етикетка № 7):



Етикетка № 4



Етикетка № 5



Етикетка № 7

Візуально Етикетки №4, №5, №6, №7 не відрізняються від Етикеток №1, №2, №3 особливо якщо при порівнянні не знаходяться поруч. Але на Етикетках №4, №5, №6, №7 позначення об'єму та ваги відповідають ДСТУ 4492:2005.

Територіальним відділенням проведено моніторинг цін на олію соняшникову рафіновану дезодоровану виморожену марки «П» (протокол від 22.09.2016) на Тернопільському міському ринку (м.Тернопіль, вул. Живова, 9), магазині «СІЛЬПО» (м.Тернопіль, вул. Живова, 15А). 22.09.2016 в продажі була олія торгівельних марок «Майола», «КУМ», «Чумак», «Олейна традиційна», «Королівський смак», «Розумниця», «Щедрий дар», «Стожар», «Рідне поле», «Родинне поле», «Премія», «Повна чаша». На етикетках виробники зазначали вагу або об'єм наливої олії: на етикетках олії торгівельної марки «Майола» зазначена як вага в г, так і еквівалент в л (1л (920 г), 2л (1840 г)), те саме

стосується олії торгівельних марок «Королівський смак», «Щедрий дар», «Стожар» та «Премія». Під час моніторингу виявлено також, що деякі виробники розливали олію в «нестандартній кількості», також чітко це зазначаючи : пляшка олії «КУМ» містить «846 г (0,92 дм³)», «Олейна традиційна» - «0,9(дм³)», «Повна чаша»- «782 г», «Розумниця» - «874 г (0,95 дм³)». Станом на час проведення моніторингу виявлено, що лише Товариство промаркувало власну олію таким чином, що не дозволяло відразу чітко визначити кількість розфасованої олії, зокрема виявлено олію лише з Етикетками 1,2,3, тобто розміщеними в центральній частині етикеток великими цифрами «1», «2», «5», проте вагою відповідно 875г, 1700 г та 4250 г. Слід зазначити що Олія Товариства виявилася найдешевшою – 26 грн. за пляшку з цифрою «1», 47 грн – за пляшку з цифрою «2», 115 грн за пляшку з цифрою «5». Для порівняння, олія, розфасована в пляшки по 1 л (торгівельні марки «Премія, «Щедрий дар», «Майола», «Королівський смак», «Чумак») вартували від 28грн. до 38грн. за одиницю, двохлітрові фасування («Майола», «Королівський смак») – 55грн. -59 грн. , а трьохлітрова пляшка олії торгівельної марки «Стожар» вартувала 110 грн.

Отже, Олія Товариства виявилася найдешевшою, в продажі була присутня Олія лише з Етикетками №1, №2, №3, тобто споживач, порівнявши ціни, може надати перевагу Продукції Товариства, так як побачивши цифри «1», «2», «5» буде вважати це об'ємом олії, налитой в пляшку, та насправді отримає меншу кількість продукції.

Територіальним відділенням проведено опитування споживачів у м.Тернополі щодо асоціацій, які виникають у них від цифри «1», «2», «5» на етикетках олії. 88 % респондентів дали відповідь, що вважають це об'ємом олії, налитой в пляшку. 83 % респондентів визначають в літрах кількість олії, яку купують. 72 % зазначили, що не звиряють значення ваги та об'єму, зазначені на етикетках. 27 % респондентів відомо, скільки важить 1л, 2л або 5л олії. Для 77 % респондентів ціна є основним фактором, що вплине на рішення про покупку олії.

Опитування споживачів підтверджує, що поширення Товариством інформації «1», «2», «5» на Етикетках №1, №2, №3 Олії привертало увагу споживачів, завдяки найнижчій ціні серед аналогічної продукції виробників, які насправді наливали 1л, 2л, або 5 л, або чітко вказували, що в пляшку розлито меншу кількість олії, та виступило додатковим стимулом для придбання цього товару.

Таким чином, Товариство, згідно з ДСТУ 4492:2005 та Технологічною Інструкцією розфасовує олію соняшникову в тару, яку самостійно видуває з ПЕТ-форм, місткістю 1л, 2л, 5л, в тару однієї місткості наливається різна кількість (за вагою нетто) олії, зокрема, в пляшку об'ємом 2 л- 1700 г або 1840 г, в пляшку об'ємом 1 л – 875 г або 920 г, в пляшку об'ємом 5 л – 4250 г або 4600 г, при цьому Технологічною Інструкцією в процесі фасування не передбачений контроль маси нетто розлитої олії. На ПЕТ-пляшки клеяться етикетки, автором, розробником, замовником яких є Товариство. Інформація на етикетці, зокрема, щодо фактичної ваги нетто олії виконана в спосіб, що може ввести споживача в оману : споживач, бачить розміщену в помітній центральній частині етикетки олії «Рідне поле» чітко видиму цифру 1, 2 або 5, асоціює їх з об'ємом 1л, 2л або 5л, та вагою, відповідно, 920г, 1840г, 4600 г та не завжди вчитується в текст щодо ваги нетто олії, зазначеній на боковій стороні етикетки дрібними літерами (шрифт висотою 2мм) та не в однаковій зоні видимості з назвою продукції та цифрами 1,2,5. Отже, фактично, споживач може купити олії менше на 45 г, 140 г, 350г (в залежності від об'єму пляшки), ніж очікує.

Як зазначалося вище, Товариством для фасування Олії використовується 7 різних видів етикеток. У листі від 15.04.2016 №17 Товариством повідомлено про те, що: «взірці готової продукції відбирають для проведення лабораторних аналізів (в тому числі і зважування) інспектори державно-епідеміологічної служби та «Держстандартметрології», також контроль здійснюється працівниками Товариства». Проте, Товариством не надано доказів проведення належного контролю відповідності зазначеної на етикетці інформації щодо ваги та обсягу олії фактично розфасованої у тару для продажу продукції, передбачених Інструкцією про порядок здійснення державного метрологічного нагляду за кількістю фасованого товару в упаковках (ПМУ 17 - 2000) (надалі – Інструкція), затвердженою наказом

Держстандарту України 17.05.2000 №314, зареєстрованою в Міністерстві юстиції України 05.07.2000 за №394/4615, дія якої поширюється, зокрема на всі установи й організації незалежно від форм власності та виду діяльності, фізичних осіб - суб'єктів підприємницької діяльності, які здійснюють фасування, продаж фасованих товарів в упаковках або їх увезення в Україну; Технологічною Інструкцією також не передбачений контроль маси нетто розфасованої в пляшки олії. Наслідком таких дій Товариства може стати недолив олії в пляшку, тобто ситуації, викладеної у зверненні Заявника: в пляшку з етикеткою, на якій була зазначена вага нетто 1840 г фактично було налито 1697,6 г, отже фактично Заявник придбав на 142,4 г менше, а не ± 20 г, як зазначалося на етикетці.

Такі дії Товариства можуть призвести до отримання ним неправомірних переваг перед іншими учасниками ринку, так як продукція інших виробників, які продають олію, кількість якої чітко вказана на етикетці, виглядає в очах покупця менш привабливою через більш високу ціну, що підтверджується результатами анкетування споживачів олії рафінованої дезодорованої вимороженої марки «П» та моніторингом цін на таку олію, проведеного працівниками територіального відділення 22.09.2016.

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. Інформацією, що вводить в оману, є, зокрема, відомості, які містять неповні, неточні або неправдиві дані про походження товару, виробника, продавця, спосіб виготовлення, джерела та спосіб придбання, реалізації, кількість, споживчі властивості, якість, комплектність, придатність до застосування, стандарти, характеристики, особливості реалізації товарів, робіт, послуг, ціну і знижки на них, а також про істотні умови договору.

Дії Товариства, що полягають у повідомленні неправдивої інформації щодо фактичної кількості олії соняшникової торгівельної марки «Рідне поле» внаслідок обраного способу її викладення, є порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення суб'єктом господарювання безпосередньо невизначеному колу осіб неправдивих відомостей, які могли вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товару цього суб'єкта господарювання.

На етикетках, що використовуються Товариством, зазначається інформація про виробника продукції, зокрема на Етикетках 1,3,5 – це ПП «Оліяр» та ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат», на Етикетках 2,4,6,7 – лише ПП «Оліяр».

Товариством під час розгляду справи надавалась протирічлива інформація щодо походження олії: листами від 28.03.2016 № 28 та від 31.03.2016 № 17 повідомлено, що розфасовується олія виробництва ПП «Оліяр» та ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат» та надано копії договорів між Товариством та цими підприємствами, від 01.01.2013 № 1601134 та від 28.09.2015 № 57Рд20301, в листі від 19.05.2016 № 27 – що розфасовувалась давальницька сировина, а в листі від 27.05.2016 № 29 зазначило, що масу нетто для фасування та назву продукції на етикетці суб'єкт господарювання вибирав на своє вдоволення (Рідне поле, Родинне поле, Чесний літр). Листом від 06.04.2016 № 19 Товариство надало копії документів з ДП «Тернопільстандартметрологія»: згідно з актом ідентифікації ДП «Тернопільстандартметрологія» від 03.03.2016 без номеру, протоколом випробувань, проведених лабораторією ДП від 10.03.2016, відібраний ДП «Тернопільстандартметрологія» на ТОВ «СП Продсервіс» зразок продукції «Олія соняшникова рафінована дезодорована виморожена ТМ «Рідне поле» в ПЕТ пляшці вагою нетто 920 г», про що складений акт відбору зразків від 03.03.2016, відповідає вимогам ДСТУ 4534:2006 «Олія соєва. Технічні умови», а не ДСТУ 4492:2005 «Олія соняшникова», як зазначалося на етикетках продукції. В

зв'язку з наведеним територіальним відділенням надано запити ПП «Оліяр» та ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат».

ПП «Оліяр» та ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат» (листи від 15.06.2016 № 1506-10 та від 14.06.2016 № 14/06 відповідно) повідомили, що в період з 01.07.2015 по 30.04.2016 не відвантажувало олію соняшникову рафіновану дезодоровану виморожену марки «П» в адресу Товариства чи суб'єктів підприємницькою діяльністю, яких Товариство визначило як надавачів давальницької сировини для фасування.

Відповідно до вимог п. 8.2 «Маркування» ДСТУ 4492:2005 штрих-код є одним з реквізитів, який повинен бути нанесений на кожну одиницю спожиткової тари з Олією. Аналізуючи інформацію, нанесену Товариством на Етикетки, виявлено, що на деякі Етикетки нанесені штрих-коди з однаковим номером GTIN, хоча на них розміщена не однакова інформація, зокрема, в частині виробників Олії «Рідне поле» та ваги нетто:

- код з номером GTIN 482027570388 нанесено на Етикетку 1 та Етикетку 4;
- код з номером GTIN 482027570395 нанесено на Етикетку 3 та Етикетку 5;
- код з номером GTIN 482027570401 нанесено на Етикетку 2, Етикетку 6, Етикетку 7.

Відповідно до пункту 1 постанови Кабінету Міністрів України від 29.05.96 № 574, Закону України "Про захист економічної конкуренції" та міжнародних стандартів зі штрихового кодування розроблене «Положення про штрихове кодування товарів», затверджене наказом Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України 20.08.2002 № 255 (у редакції наказу Міністерства економіки України від 25.10.2007 № 355), зареєстроване в Міністерстві юстиції України 05.09.2002 за № 733/7021 (надалі-Положення). Дія Положення поширюється на суб'єктів господарювання, що діють в Україні.

Згідно з Положенням штриховий код GS1 - штриховий код, сформований у відповідності до стандартів системи GS1, головною складовою якої є глобальний номер товарної позиції (надалі- номер GTIN), у якому, зокрема, відображається (кодується) ідентифікаційний номер GS1. До штрихових кодів GS1 належать декілька символік штрихових кодів, наприклад штриховий код з номером GTIN у форматі EAN-13, який застосовується для маркування товарних позицій. Такий номер є унікальним і забезпечує однозначну ідентифікацію товарної позиції, учасників торгових відносин, їх виробничих і структурних підрозділів, тощо. Присвоєння суб'єктам господарювання номерів GTIN згідно з правилами системи GS1 та повноваженнями, наданими законодавством України на території України забезпечує національна організація - член GS1 Асоціація Товарної Нумерації України "ДжіЕс1 Україна" (далі - Асоціація). Право суб'єкта господарювання на використання присвоєного номеру GTIN посвідчується відповідним свідоцтвом Асоціації. Суб'єкти господарювання забезпечують маркування товарів штриховими кодами відповідно до державних стандартів, інших нормативних актів України, нормативно-технічних документів і керівництв міжнародної асоціації GS1 та Асоціації. Суб'єктам господарювання заборонено маркувати штриховими кодами товари, яким не присвоєно номери GTIN згідно з державними стандартами України, нормативно-технічними документами і керівництвами міжнародної асоціації GS1 та Асоціації. Також система GS1 забезпечує можливість простежити шлях продукції від сировини до споживача у випадку виявлення товару із недоліками дозволяє однозначно з'ясувати, хто несе за це відповідальність.

Номер GTIN в форматі EAN-13, який Товариство розміщує на етикетках власної продукції, складається з 5 груп кодів: код країни-виробника, в якій виготовлений товар, код виробника товару, код самого товару, в якому зашифроване найменування та споживчі якості товару, розмір або маса товару, інгредієнти товару, колір товару, контрольної цифри та знаку товару, який вказує, що діяльність, пов'язана з виготовленням або продажем цього товару, є ліцензійною, і на нього отримана ліцензія.

З метою з'ясування відомостей щодо виробника Олії, та інших даних, зашифрованих в штрих-коді, територіальне відділення звернулося до Асоціації. Листом від 26.06.2016 № 129/01 Асоціація повідомила наступне :

- номери GTIN 482027570388, 482027570395, 482027570401 були присвоєні СМП ВКФ «Джерела» (ідентифікаційний код 24633690, адреса м. Бережани вул.Ковшевича, 37) згідно заявок від 30.08.2006 №38, №39, №40 в товарній позиції «Олія соняшникова рафінована дезодорована марки «П», упаковану в пляшку ПЕТ, місткістю відповідно 1л, 2л, 3л, присвоєння номерів засвідчено свідоцтвами Асоціації від 05.09.2016 №3164-38, №3164-39, 3164-40;

- заявки, подані від імені Учасника СМП ВКФ «Джерела», на присвоєння номерів GTIN 482027570388, 482027570395, 482027570401 продукції власного виробництва, а не продукції сторонніх виробників, тобто номер GTIN 482027570388 належить олії соняшниковій рафінованій дезодорованій вимороженій марки «П» виробництва СМП ВКФ «Джерела», розфасованій в пляшку ПЕТ місткістю 1 л, а не олії соняшниковій рафінованій дезодорованій вимороженій марки «П» виробництва ПП «Оліяр» чи ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат», що розфасовується під торгівельною маркою «Рідне поле» Товариством в ПЕТ пляшках вагою 875г (Етикетка № 1) та 920г (Етикетка № 6)

- в реєстрі Асоціації відсутні відомості про Товариство, це означає, що Товариству не присвоєні і ніколи не було присвоєно в минулому номери GS1;

-з 14.03.2009 СМП ВКФ «Джерела» втратило право застосування всіх раніше присвоєних номерів, отже у період з 14.03.2009 по 24.06.2016 жодний суб'єкт господарювання не отримував право застосовувати номери GTIN 482027570388, 482027570401, 482027570395;

- номер GTIN забезпечує однозначну ідентифікацію товарної позиції будь-де у світі. Кожній товарній позиції потрібен окремий унікальний номер GTIN. Кожному варіанту товару повинен бути присвоєний відмінний номер GTIN кожного разу, коли відмінність є будь-яким чином очевидною і суттєвою для будь-якого партнера у ланцюжку постачання, для роздрібного продавця чи кінцевого споживача. Суттєва зміна будь-якої з основних характеристик товарної позиції потребує присвоєння відмінного ідентифікаційного номера. Одною з суттєвих характеристик товарної позиції є кількість товару нетто (вага, об'єм, інші кількісні характеристики), які впливають на торговий процес.

Таким чином, неприпустимим є розміщення однакових, не легалізованих штрихових кодів з одним і тим самим номером GTIN на товарних позиціях з різною вагою нетто.

Станом на 18.01.2007, відповідно до даних з ЄДР, СМП ВКФ «Джерела» носить назву ТОВ СП «Джерела» із збереженням ідентифікаційного коду. Товариство та ТОВ СП «Джерела» пов'язані відносинами контролю в розумінні статті 1 Закону України "Про захист економічної конкуренції"- ТОВ СП «Джерела» надало в оренду приміщення та технологічне обладнання для розливу Олії; представник Товариства, Мартишук Людмила Петрівна (доручення від 22.02.2016 без номеру), на момент укладання договору з Асоціацією займала посаду директора ТОВ СП «Джерела» та підписала договір від 14.03.2000 № 3164 про членство в асоціації «САН – УКРАЇНА» (Постановою Кабінету Міністрів України від 16.07.2007 № 744 сполучення "САН-УКРАЇНА" замінено на "ДжіЕс1 Україна") та заявки на присвоєння номерів GTIN продукції, які подавались в період з 14.03.2000 по 30.08.2006. При підписанні договору з Асоціацією в графі «Юридична адреса Учасника» ТОВ СП «Джерела» зазначило адресу, яка є місцем проживання Мартишук Людмили Петрівни, зазначеним в паспорті НЮ 328929 та довіреності Товариства від 22.02.2016. На фірмових бланках Товариства вказаний номер телефону, +380354822932, який у виписці з ЄДР ТОВ СП «Джерела» зазначений як телефон зв'язку з підприємством.

Отже, Товариство свідомо розміщувало неправдиву інформацію про Олію, виробника Олії та недійсні штрих-коди з номерами GTIN на етикетках продукції, яку розфасовувало, тим самим позбавляючи споживача права на одержання необхідної, достовірної, своєчасної інформації на продукцію, що забезпечує можливість свідомого вибору, адже виробники олії соняшникової, ПП «Оліяр» та ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат», широко відомі в Україні та асоціюються в очах споживача з якісним продуктом, виробленим до вимог ДСТУ 4492:2005. За даними моніторингу цін на олію соняшкову рафіновану виморожену марки «П», олія ПП «Оліяр» під торгівельною маркою «Майола» продається за ціною 27-28

грн. за 1 л та 55-58 грн. за 2 л. Так як саме цей виробник зазначений на етикетках Олії Товариства, споживач уявляє, що купляє олію відомого виробника, але за меншою ціною, так як Олія Товариства з цифрою «1» на упаковці коштує 26 грн., а з цифрою «2» - 47 грн. Використовуючи недійсні штрих-коди з номерами GTIN Товариство не несе зайвих витрат, пов'язаних із підтвердженням права на отримання таких номерів, витрат, що спричиняє членство в Асоціації та може призвести до отримання неправомірних переваг у конкуренції,

Відповідно до статті 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції». поширенням інформації що вводить в оману, є повідомлення суб'єктом господарювання безпосередньо або через іншу особу, одній, кільком особам або невизначеному колу осіб, у тому числі в рекламі, неповних, неточних, неправдивих відомостей, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань, що вплинули або можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, робіт, послуг цього суб'єкта господарювання. Інформацією, що вводить в оману, є, зокрема, відомості, які містять неповні, неточні або неправдиві дані про походження товару, виробника, продавця, спосіб виготовлення, джерела та спосіб придбання, реалізації, кількість, споживчі властивості, якість, комплектність, придатність до застосування, стандарти, характеристики, особливості реалізації товарів, робіт, послуг, ціну і знижки на них, а також про істотні умови договору.

Дії Товариства, що полягають у повідомленні неправдивої інформації щодо походження олії соняшникової торгівельної марки «Рідне поле» та зазначення недійсних штрих-кодів з номерами GTIN, є порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення суб'єктом господарювання безпосередньо невизначеному колу осіб неправдивих відомостей, які можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товару цього суб'єкта господарювання.

Листом від 15.05.2016 № 12/559 Товариству надіслано копію розпорядження адміністративної колегії Тернопільського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України від 13.05.2016 № 11-рп/к (надалі- Розпорядження), після отримання якого Товариство листом від 19.05.2016 № 27 зазначило, що надавало послуги з фасування Олії приватним підприємцям «на давальній сировині». Також листом від 27.05.2016 № 29 Товариство повідомило, що надає послуги з фасування Олії на замовлення інших суб'єктів господарювання, відтак масу нетто Олії, яку потрібно розлити в пляшки, визначає Замовник послуги фасування, який також визначає, яка етикетка має бути наклеєна на пляшку.

Зазначені пояснення не можуть бути прийняті до уваги, так як:

- Товариством не надано на підтвердження жодної копії угоди, договору, розпорядження чи доручення, зокрема доручення щодо нанесення маркування відповідно до вимог Технічного регламенту фасування товарів в готову упаковку, тощо, на підставі яких здійснювало розфасовку Олії в 2015 році та 2 місяці 2016 року;

- саме Товариство є автором, розробником, замовником етикетки на Олію (лист від 28.03.2016 № 14); етикетки виготовляються ПрАТ «ВК «Лілея» за договором на виготовлення друкованої продукції від 31.12.2013 № 18/13. Листом від 11.05.2016 № 28 ПрАТ «ВК «Лілея» повідомило, що етикетки виготовлялися за вказаним договором на замовлення Товариства, інформація, що наносилася на етикетки надавалася Товариством, ескізи(макети) етикетки також погоджувалися Товариством.

Слід зазначити, що Закон України "Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів" містить вимогу до операторів ринку забезпечувати простежуваність, тобто можливість ідентифікувати оператора ринку, час, місце, предмет та інші умови поставки (продажу або передачі), достатні для встановлення походження харчових продуктів на всіх стадіях виробництва, переробки та обігу. З метою забезпечення можливості встановлення інших операторів ринку, які постачають та яким постачають

харчові продукти за принципом "крок назад" та «крок вперед», оператори ринку повинні застосовувати системи та процедури, що забезпечують доступність такої інформації компетентному органу за його запитами. Інформація повинна зберігатися протягом шести місяців після закінчення кінцевої дати продажу харчового продукту, нанесеної на маркуванні.

Отже, якщо Олія «Рідне поле» була розфасована Товариством з давальницької сировини на замовлення третіх осіб, то Товариство надало би таку інформацію для розміщення на етикетці, зважаючи, що окремим покупцям олія продавалася в значних обсягах (наприклад, загальна кількість Олії, відпущеної окремим суб'єктам господарювання за 6 місяців становила 58 000 кг, 57500 кг, 33000 кг, 51500 кг, 35200 кг, вага дрібніших партій становила від 3500 кг до 30000 кг). Також в листі від 19.05.2016 № 27 Товариство зазначило: «.. інформація, зазначена на етикетці олії «Рідне поле» (виробник ТОВ «СП Продсервіс») подавалася на замовлення підприємства і підприємство несе всю відповідальність... за відповідність інформації, зазначеної на етикетці вмісту продукту»

Таким чином, твердження Товариства про відповідальність третіх осіб за зміст етикетки, та відповідальність Товариства лише як фасувальника за можливий поодинокий випадок браку, пов'язаного з людським фактором, не відповідає дійсності та спростоване матеріалами справи.

На виконання пункту 26 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (Правила розгляду справ), затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року за №5, зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 6 травня 1994 року за №90/299 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29 червня 1998 року за №169-р) (зі змінами) територіальним відділенням листом від 27.10.2016 №12/1242 Товариству надіслано копію подання від 27.10.2016 № 161 «Про попередні висновки у справі № 850–НК», у відповідь на яке не надано заперечення чи зауваження.

Відповідно до частини 1 статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», за порушення, передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», накладається штраф у розмірі до п'яти відсотків доходу (виручки) суб'єкта господарювання від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за останній звітний рік, що передував року, в якому накладається штраф.

Згідно з звітом про фінансові результати за 2015 рік, чистий дохід Товариства від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) становив 3 421 900 грн.

При визначенні розміру штрафу враховується:

- неприпинення порушення в ході розгляду справи;
- створення перешкод у розслідуванні справи;
- відсутність співпраці з територіальним відділенням під час розгляду справи.

Враховуючи викладене, керуючись статтями 7 і 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 48 і 52 Закону України «Про захист економічної конкуренції», пунктами 3 і 11 Положення про територіальне відділення Антимонопольного комітету України, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 23 лютого 2001 року №32-р, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України 30 березня 2001 року за №291/5482, 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 6 травня 1994 року за №90/299 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29 червня 1998 року №169-р) (із змінами), адміністративна колегія Тернопільського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України

ПОСТАНОВИЛА:

1.Визнати дії товариства з обмеженою відповідальністю «СП Продсервіс» (ідентифікаційний код 37737704, адреса: вул. Львівська, 100, м.Бережани, Тернопільська

обл.) по розміщенню на етикетках олії соняшникової рафінованої дезодорованої вимороженої марки «П» торгівельної марки «Рідне поле» неправдивої інформації щодо фактичної кількості олії внаслідок обраного способу її викладення, порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення суб'єктом господарювання безпосередньо невизначеному колу осіб неправдивих відомостей, які могли вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товару цього суб'єкта господарювання.

2. Відповідно до статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» за вчинення порушення законодавства про захист економічної конкуренції, зазначене в пункті 1, накласти на товариство з обмеженою відповідальністю «СП Продсервіс» штраф у розмірі 34000 (тридцять чотири тисячі) гривень.

3. Визнати дії товариства з обмеженою відповідальністю «СП Продсервіс» (ідентифікаційний код 37737704, адреса: вул. Львівська, 100, м.Бережани, Тернопільська обл.) по розміщенню на етикетках олії соняшникової рафінованої дезодорованої вимороженої марки «П» торгівельної марки «Рідне поле» неправдивої інформації щодо походження олії соняшникової та зазначення недійсних штрих-кодів з номерами GTIN, порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення суб'єктом господарювання безпосередньо невизначеному колу осіб неправдивих відомостей, які могли вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товару цього суб'єкта господарювання.

4. Відповідно до статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» за вчинення порушення законодавства про захист економічної конкуренції, зазначене в пункті 3, накласти на товариство з обмеженою відповідальністю «СП Продсервіс» штраф у розмірі 34000 (тридцять чотири тисячі) гривень.

5. Товариству з обмеженою відповідальністю «СП Продсервіс» в двохмісячний термін з дня отримання рішення припинити порушення законодавства про захист економічної конкуренції шляхом усунення неправдивої інформації з етикеток олії соняшникової рафінованої дезодорованої вимороженої марки «П» торгівельної марки «Рідне поле», докази надати до територіального відділення в той же строк.

Штраф підлягає сплаті у двомісячний строк з дня одержання рішення.

Відповідно до статті 56 Закону України «Про захист економічної конкуренції» протягом п'яти днів з дня сплати штрафу суб'єкт господарювання зобов'язаний надіслати до Тернопільського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України документи, що підтверджують сплату штрафу.

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

Члени Колегії:

Р.В.Лещин, голова територіального відділення

Н.Є. Черномаз, заступник голови територіального відділення

Н.С. Біловус, начальник другого відділу досліджень і розслідувань