



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ ТЕРНОПІЛЬСЬКЕ ОБЛАСНЕ ТЕРИТОРІАЛЬНЕ ВІДДІЛЕННЯ

РІШЕННЯ АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ

24 листопада 2016 року

м. Тернопіль

№ 42-р/к

Справа № 871-НК

Про порушення законодавства
про захист економічної конкуренції
та накладення штрафу

Адміністративна колегія Тернопільського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, розглянувши матеріали справи № 871-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 31.10.2016 №164,

ВСТАНОВИЛА:

Розпорядженням адміністративної колегії Тернопільського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України від 29.08.2016 № 32-рп/к розпочато розгляд справи № 871-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.

В ході дослідження ринків продовольчих товарів в торгівельній мережі Тернопільської області виявлено олію рослинну торгівельної марки «Родинне поле», на етикетках якої, в центральній частині поряд з назвою розташовані цифри «2» та «5». Згідно з інформацією, розміщеною на етикетках, олія виробництва ПП «Оліяр» (с.Ставчани, Пустомитівського р-ну Львівської обл.) та ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат» (м.Київ) розфасована товариством з обмеженою відповідальністю «СП Продсервіс».

На запит територіального відділення від 17.05.2016 №12/570 листом від 27.05.2016 № 28 (надалі Лист) Товариство повідомило, що розфасовує широкий асортимент продуктових виробів (олію, макаронні вироби, спеції, приправи), зокрема, олію соняшникову рафіновану дезодоровану виморожену марки «П» (надалі – Олія) під торгівельними марками «Рідне поле», «Чесний літр», «Родинне поле» та надало взірці етикеток.

За інформацією, наданою Листом, поставка Олії здійснюється в адресу Товариства за договорами поставки з ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат» (від 28.09.2015 №57Рд 20301) та з ПП «Оліяр» (від 01.01.2013 № 1601134). Також Товариством надані

сертифікати відповідності вимогам ДСТУ 4492:2005 «Олія соняшникова. Технічні вимоги», видані ДП «Тернопільстандартметрологія» № UA 1.041.X004013-15 та № UA 1.041.X004014-15 з терміном дії 01.09.2015 -12.08.2017, періодом технічного нагляду контролю відповідності продукції вимогам ДСТУ 4492-2005- 1 раз на півроку.

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 (ПЕТ пляшки) роздувається самостійно з пре-форм місткістю 4,2 дм³, 1,6 дм³ (постачальник преформ ТОВ «ТД ДНПРО ПЛАСТ», договір від 28.02.2013 № 5-12 Пр) згідно з технологічною інструкцією по виробництву продукції «Олія соняшникова рафінована дезодорована виморожена марки «П» (надалі-Технологічна Інструкція), яка розроблена спеціалістами Товариства та затверджена директором Товариства 01.01.2013, відповідно до ДСТУ 4492:2005 (ДСТУ 4492:2005 «Олія соняшникова.Технічні умови», надалі ДСТУ- 4492:2005).

На етикетках Олії торгівельної марки «Родинне поле» (надалі- Етикетка № 1, Етикетка № 2) розміщена наступна інформація:



Етикетка № 1



Етикетка № 2

В центральній частині етикетки на тлі художнього малюнка розміщені надписи : «Родинне поле», цифри «2», або «5», біля надпису «Олія соняшникова» (в нижній частині).

На правій та лівій частинах етикеток розташовані відомості щодо марки олії, виробника, фасувальника, номеру партії, маси нетто та об'єму (на етикетці з цифрою «2» зазначена маса нетто 1450 г \pm 20 г та об'єм 1576 см³ \pm 1,5%, з цифрою «5» - маса нетто 3900г \pm 1,5% та об'єм 4240 см³ \pm 1,5%), штрих-код, надписи «ДСТУ 4492:2005», «Без ГМО», інформація про вид олії, склад, харчову (поживну) та енергетичну цінність 100 г продукту, умови зберігання та відомості про розміщення терміну придатності, номеру виробника. Надписи в центральній частині етикетки (назва та цифри «2», «5») виконані шрифтом висотою 10-12 мм, решта тексту, в тому числі вага нетто та об'єм, надруковані шрифтом висотою 1 мм, крім надписів «ОЛІЯ СОНЯШНИКОВА» « ОЛІЯ СОНЯШНИКОВА РАФІНОВАНА ДЕЗОДОРОВАНА ВИМОРОЖЕНА МАРКИ «П»», які виконані шрифтом висотою 4 та 2 мм.

В Листі Товариство зазначило, що покупцями Олії торгівельної марки «Родинне поле» в період жовтень-грудень 2015 року та січень-квітень 2016 року є такі контрагенти: Щур О.Є., Луцик В.П., Трач О.В., Коземський Ю.А., Ковтун Т.І.

Відповідність зазначеній на етикетці інформації щодо ваги та обсягу олії проводиться в лабораторії Товариства, свідоцтво про атестацію від 07.11.2013 № РХ-1318/13.

Слід зазначити, що, зважаючи на значення густини олії соняшникової в середньому $\rho = 0,92$ г/мл при температурі 20 °С, 2 л олії соняшникової важать 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 – «-30г» при об'ємі 3000см³- 5000 см³ – «-1,5%».

В Листі Товариство зазначило, що є автором, розробником етикетки Олії «Родинне поле», а текст щодо маркування складений на вимогу замовників, 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.

Територіальними 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 налитої 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 Олію «Родинне поле» таким чином, що не дозволяло відразу чітко визначити кількість розфасованої олії. Слід зазначити що Олія «Родинне поле» виявилася найдешевшою – 110 грн. за пляшку з цифрою «5». Для порівняння, трьохлітрова пляшка олії торгівельної марки «Стожар» вартувала 110 грн, 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.

Отже, Олія Товариства «Родинне поле» виявилася найдешевшою, тобто споживач, порівнявши ціни, може надати перевагу Продукції Товариства, так як побачивши цифри «2»,

«5» буде вважати це об'ємом олії, налитої в пляшку, та насправді отримає лише 1450 г або 3900 г, тобто на 390г чи 700 г менше, в залежності від упаковки.

Територіальним відділенням проведено опитування споживачів у м.Тернополі щодо асоціацій, які виникають у них від цифри «2» або «5» на етикетках олії. 85 % респондентів дали відповідь, що вважають це об'ємом олії, налитої в пляшку. 80 % респондентів визначають в літрах кількість олії, яку купують. 72 % зазначили, що не звіряють 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 «2», «5» на Етикетках №1, №2 Олії «Родинне поле» привертало увагу споживачів, завдяки найнижчій ціні серед аналогічної продукції виробників, які насправді наливали кількість літрів, зазначені на етикетці, або чітко вказували, що в пляшку розлито меншу кількість олії, та виступило додатковим стимулом для придбання цього товару.

Як зазначалося вище, Товариство Листом повідомило, що є автором, розробником етикетки олії «Родинне поле», а текст щодо маркування складений на вимогу замовників. Аналогічне стверджується в листі від 27.05.2016 № 29 - масу нетто для фасування та назву продукції на етикетці суб'єкт господарювання вибирав на своє вподобання (Рідне поле, Родинне поле, Чесний літр). Під час розгляду справи Товариством не надано доказів щодо отримання будь яких інструкцій від контрагентів щодо змісту надписів, які мають бути розміщені на етикетках, жодної копії угоди, договору, розпорядження чи доручення, тощо, на підставі яких здійснювало розфасовку Олії в 2015 році та 4 місяці 2016 року.

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.

Якщо Олія «Родинне поле», чи іншої торгівельної марки Товариства - «Рідне поле» або «Чесний літр», була розфасована Товариством на замовлення третіх осіб, то Товариство розмістило би таку інформацію на етикетці, зважаючи, що окремим покупцям олія продавалася в значних обсягах (наприклад, загальна кількість Олії, відпущеної за 3 місяця окремим суб'єктам господарювання становила становила 4000-7000 кг). Отже, твердження Товариства про відповідальність третіх осіб за зміст етикетки, не відповідає дійсності та матеріалам справи.

Таким чином, Товариство, згідно з ДСТУ 4492:2005 та Технологічною Інструкцією розфасовує олію соняшникову торгівельної марки «Родинне поле» в тару, яку самостійно видає з ПЕТ-форм, вагою нетто $1450 \text{ г} \pm 20 \text{ г}$ та об'ємом $1576 \text{ см}^3 \pm 1,5\%$, або масою нетто $3900 \text{ г} \pm 1,5\%$ та об'ємом $4240 \text{ см}^3 \pm 1,5\%$. На ПЕТ-пляшки клеяться етикетки, автором, розробником, 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 «Родинне поле» чітко видиму цифру 2 або 5 (виконану шрифтом висотою 10-12 мм), асоціює їх з об'ємом 2 л або 5л, та вагою, відповідно, 1840г або 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 «2» та «5». Отже, фактично, споживач може купити олії менше на 390 г та 700 г (в залежності від об'єму пляшки), ніж очікує.

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 «Родинне 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 для фасування олії під торгівельними марками «Родинне поле» та «Чесний літр», копії яких надано Листом зазначається інформація про виробника продукції ПП «Оліяр» та ТОВ «Чугувський олійно-жировий комбінат». Також на етикетках Олії «Чесний літр» розміщений знак проходження обов'язкової сертифікації з кодом органу сертифікації 041, тобто ДП «Тернопільстандартметрологія». Нижче подаються зображення етикеток Олії «Чесний літр» :



Етикетка № 3



Етикетка № 4



Етикетка № 5

На підтвердження проходження сертифікації, Товариством надано Сертифікати відповідності на «Олію рафіновану дезодоровану виморожену марки «Пі»», відповідно до яких виробниками продукції зазначені продукції ПП «Оліяр» та ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат». Листом 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 розлита в пляшки з етикетками під торгівельною маркою «Рідне поле», відповідає вимогам ДСТУ 4534:2006 «Олія соєва. Технічні умови», а не ДСТУ 4492:2005 «Олія соняшникова», як зазначалося на етикетках продукції. Крім того, ДП «Тернопільстандартметрологія» (лист від 17.06.2016 № 06-10/558) повідомило, що продукція під торгівельною маркою «Родинне поле», «Чесний літр» жодного разу не проходила обов'язковий контроль відповідності, в зв'язку з чим не надано копії звітів про результати технічного спостереження відповідно до вимоги територіального відділення від 09.06.2016 № 12/689. Як зазначалося вище, Олія торгівельної марки «Родинне поле» є в продажі, зокрема, упаковка з цифрою «5» вагою 3900 г коштує 110 грн.

Так як Товариством надавалась протирічлива інформація про походження олії (Листом надані копії договорів між Товариством та ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат» та ПП «Оліяр» від 01.01.2013 № 1601134 та від 28.09.2015 № 57Рд20301, в листі від 19.05.2016 № 27 зазначено, що розфасовувалась давальницька сировина, а в листі від 27.05.2016 № 29 - що масу нетто для фасування та назву продукції на етикетці суб'єкт господарювання вибирав на своє вдоволення – «Рідне поле», «Родинне поле», «Чесний літр»).

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 соняшкову рафіновану дезодоровану виморожену марки «Пі» в адресу Товариства чи суб'єктів підприємницької діяльності, яких Товариство визначило як своїх покупців, на вимогу яких фасувало Олію, та які обирали назву торгівельної марки Олії.

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, надані Листом, нанесені штрих-коди з однаковим номером GTIN, хоча на них розміщена не однакова інформація, зокрема, в частині виробників Олії, ваги нетто та торгівельної марки :

-код з номером GTIN 482027570388 нанесено на етикетки, які застосовувались при фасуванні 1л Олії «Чесний літр», двох різних упаковок Олії «Рідне поле» - 1л та 875 г, виробник ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат» зазначений лише на етикетці Олії «Чесний літр»;

-код з номером GTIN 482027570395 нанесено на етикетки, які застосовувались при фасуванні 2 л Олії «Чесний літр», двох різних упаковок Олії «Рідне поле» - 2 л та 1700 г, виробник ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат» зазначений лише на етикетці Олії «Чесний літр»;

-код з номером GTIN 482027570265 нанесено на етикетку, яка застосовувалась при фасуванні 1450 г Олії «Родинне поле»;

-код з номером GTIN 482027570401 нанесено на етикетку упаковки 5л Олії «Чесний літр», 5л Олії «Родинне поле», 4250 г Олії «Родинне поле», виробник ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат» зазначений лише на етикетці Олії «Чесний літр»;

- код з номером GTIN 4820027570258 нанесено на упаковку 4240 г Олії «Родинне поле».

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 1 л, 2л, 3л, присвоєння номерів засвідчено свідоцтвами Асоціації від 05.09.2016 №3164-38, №3164-39, 3164-40;

- номери GTIN 4820027570258, 482027570265 були присвоєні також СМП ВКФ «Джерела», згідно з заявками від 09.12.2003 № 25 та 09.12.2003 № 26 в товарних позиціях відповідно «Насіння маку блакитного» в поліетиленовому пакеті, маса нетто 200 г, свідоцтво Асоціації від 19.12.2003 № 3161-25 та «Насіння соняшнику» в поліетиленовому пакеті масою нетто 50 г, свідоцтво Асоціації від 19.12.2003 № 3164-26;

- заявки, подані від імені Учасника СМП ВКФ «Джерела», на присвоєння номерів GTIN 482027570388, 482027570395, 482027570401, 4820027570258, 482027570265 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 торгівельними марками «Рідне поле», «Родинне поле», «Чесний літр» Товариством в ПЕТ пляшках вагою 875г або 920г (1л), а номер 4820027570258 призначений для маркування насіння маку блакитного , масою нетто 200 г, а не 1700 г олії соняшникової торгівельної марки «Родинне поле» розфасовки Товариства та виробництва ПП Оліяр» або ТОВ «Чугуївський олійно-жировий комбінат»;

- 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, 4820027570258, 482027570265 ;

- 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, чи 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, різних виробників, різних торгівельних марок.

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 «ЄАН – УКРАЇНА» (Постановою Кабінету Міністрів України від 16.07.2007 № 744 сполучення "ЄАН-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 1л 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 «5» на упаковці коштує 110 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 «Родинне поле» та «Чесний літр», зазначення недійсних штрих-кодів з номерами GTIN, знака проходження обов'язкової сертифікації на етикетках Олії «Чесний літр», 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 29.08.2016 № 12/1063 Товариству надіслано копію розпорядження адміністративної колегії Тернопільського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України від 29.08.2016 № 32-рп/к.

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 31.10.2016 №12/1259 Товариству надіслано копію подання від 31.10.2016 № 164 «Про попередні висновки у справі № 871-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 «Родинне 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 «Родинне поле», «Чесний літр» неправдивої інформації щодо відповідності продукції вимогам ДСТУ 4492:2005, 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 «Родинне поле», «Чесний літр», докази надати до територіального відділення в той самий 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.Лещишин, голова територіального відділення

Н.Є. Черномаз, заступник голови територіального відділення

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