



## АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

## РІШЕННЯ

АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ  
КИЇВСЬКОГО ОБЛАСНОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ВІДДІЛЕННЯ

« 16 » лютого 2017 року

№ 5

справа № 81-02/06.15

м. Київ

*Про закриття провадження  
у справі № 81-02/06.15*

Відповідно до розпорядження Антимонопольного комітету України від 26.10.2015 № 36-рп з 03 листопада 2015 року функції Київського міського територіального відділення, відповідно до Положення про територіальне відділення Антимонопольного комітету України, виконує Київське обласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України (надалі - Відділення).

Адміністративна колегія Київського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, розглянувши подання Першого відділу досліджень та розслідувань з попередніми висновками у справі від 25.01.2017 № 15/ПС-02.05 та матеріали справи № 81-02/06.15 про порушення товариством з обмеженою відповідальністю «Ніссан мотор Україна» (ідентифікаційний код 33236598) законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченого статтею 15<sup>1</sup> Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману про характеристики автомобіля Nissan Qashqai, розпочатої розпорядженням адміністративної колегії Київського міського територіального відділення Антимонопольного комітету України від 15 червня 2015 року № 90/02-рп/к,

## ВСТАНОВИЛА:

Дорученням в.о. голови Антимонопольного комітету України від 05.03.2015 № 14-01/20-АМ Київське міське територіальне відділення Антимонопольного комітету України було уповноважено розглянути заяву громадянина Гнидки М.В. (надалі - Заявник) від 23.02.2015 б/н (вх. № 07-14/73-Г від 11.03.2015) (надалі - Заява) щодо наявності в діях товариства з обмеженою відповідальністю «Кий авто холдинг» та ТОВ «Ніссан мотор Україна» ознак порушення законодавства про захист економічної конкуренції.

За результатами розгляду Заяви, в діях ТОВ «Ніссан мотор Україна» виявлено ознаки порушення, передбаченого статтею 15<sup>1</sup> Закону України "Про захист від недобросовісної конкуренції", у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.

У зв'язку з цим, розпорядженням адміністративної колегії Київського міського територіального відділення Антимонопольного комітету України від 15.06.2015 № 90/02-рп/к розпочато розгляд справи № 81-02/06.15 за ознаками вчинення ТОВ «Ніссан мотор Україна» порушення, передбаченого статтею 15<sup>1</sup> Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, а саме, повідомлення в мережі Інтернет невизначеному колу осіб неправдивих та неповних

відомостей про характеристики автомобілів Nissan Qashqai, внаслідок обраного способу їх викладення, що вплинуло на наміри Заявника щодо придбання саме автомобіля Nissan Qashqai.

У ході збирання та аналізу доказів, направлених на всебічне, повне та об'єктивне з'ясування всіх обставин справи, Відділенням встановлено наступне.

За повідомленням Заявника, 10 жовтня 2014 року він придбав автомобіль Nissan Qashqai 2014 року випуску (номер шасі – SJNFDAJ11U1115762). Офіційним імпортером автомобілів Nissan Qashqai в Україні є ТОВ «Ніссан мотор Україна».

Як повідомив Заявник, в січні 2015 року на автомагістралі біля міста Teisendorf (Німеччина), на швидкості 120 км/год вищезазначений автомобіль вийшов з ладу. Намагаючись продовжити рух автомобіля, не вмикалась жодна передача та на панелі приладів загорілася лампочка помилки, що відповідно до Керівництва по експлуатації Nissan є «сигналізатор несправності системи двигуна».

Внаслідок тестування автомобіля, працівниками сервісного центру у м. Піддінг, було встановлено, що з ладу вийшла трансмісія CVT автомобіля, ремонту яка не підлягає, а її заміна займе близько одного календарного місяця, оскільки на території Німеччини даної деталі не було в наявності.

Як зазначив Заявник, під час вибору автомобіля він ознайомився з інформацією рекламного характеру, яка розміщувалась в мережі Інтернет на сайті <http://www.nissan.ua/>, зокрема: «На дорозі новий Nissan Qashqai воістину не має рівних!...Оцініть новий Nissan Qashqai – найдосконаліший міський кроссовер» (мова оригіналу).

Заявник вважає, що саме рекламна інформація, розміщена на сайті <http://www.nissan.ua/>, вплинула на його намір придбати автомобіль Nissan Qashqai.

Відповідно до Виписки з Єдиного державного реєстру юридичних та фізичних осіб, ТОВ «Ніссан мотор Україна» є юридичною особою, ідентифікаційний код - 33236598, місцезнаходження юридичної особи: м. Київ, вул. Жилянська, 75-А.

ТОВ «Ніссан мотор Україна» здійснює господарську діяльність з торгівлі автомобілями та легковими автотранспортними засобами, в тому числі автомобілями Nissan Qashqai. Також, Товариство здійснює діяльність з оптової торгівлі деталями та приладдям для автотранспортних засобів, технічне обслуговування та ремонт автотранспортних засобів тощо.

Отже, в розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», Товариство є суб'єктом господарювання.

Засновниками Товариства є Компанія «Ніссан Європа С.А.С.» (Франція) і товариство з обмеженою відповідальністю «Ніссан Менуфекчурінг Рус» (Російська Федерація) (надалі - ТОВ «Ніссан Менуфекчурінг Рус»).

Інформація з обмеженим доступом, що визначена Товариством.

Разом з тим, крім інформації «Nissan Qashqai - **самый совершенный городской кроссовер**», на сайті зазначено, зокрема «Сочетая в себе **лучшие характеристики** внедорожника и традиционного хэтчбека, этот кроссовер **олицетворяет собой бескомпромиссное качество и совершенство**» (мова оригіналу).

Інформація «**самый совершенный городской кроссовер**» в поєднанні з інформацією «**олицетворяет собой бескомпромиссное качество и совершенство**» та «**лучшие характеристики внедорожника**» в уяві споживача може характеризувати не лише зовнішній вигляд та дизайн автомобіля, як зазначило Товариство, а також інші характеристики (технічні/якісні, експлуатаційні тощо), тому що слово «качество» (якість) відноситься саме до оцінки технічних характеристик, а не дизайну.

Так, вислови «**самый совершенный городской кроссовер**» та «**лучшие характеристики внедорожника**» споживач може сприйняти, як те, що Nissan Qashqai кращий автомобіль порівняно з кроссерами інших виробників автомобілів за будь-якими із зазначених параметрів, як в комплексі, так і за кожною характеристикою окремо чи в поєднанні останніх.

Інформація з обмеженим доступом, що визначена Товариством.

Як пояснює ТОВ «Ніссан мотор Україна», поширюючи інформацію «Nissan Qashqai

поистине **не имеет равных!** Он сочетает в себе **самые превосходные динамические характеристики и высокую эффективность**», Товариство мало на увазі саме попередні моделі автомобілів Nissan Qashqai. Проте, на Сайті інформація щодо порівняння саме з попередніми моделями автомобілів Nissan Qashqai була відсутня.

Отже, у споживачів при перегляді на Сайті реклами могло скластися враження, що в останній містяться порівняльні характеристики автомобілів Nissan Qashqai з автомобілями інших брендів, оскільки ця реклама була розміщена у вільному доступі для потенційних покупців, які при виборі автомобілів порівнюють різні марки відповідного сегменту автомобілів, а не нові та старі комплектації однієї марки автомобіля.

Таким чином, інформація, розміщена в мережі Інтернет на Сайті, зокрема про автомобілі Nissan Qashqai, внаслідок обраного способу її викладення має ознаки неправдивої.

Ринок автомобілів в Україні, в тому числі кросоверів представлений в широкому асортименті від різних виробників.

В умовах високої конкуренції, інформація про характеристики автомобілів, що поширювало Товариство на Сайті, може привертати увагу потенційних покупців та стимулювати їх до придбання саме автомобілів Товариства, що в свою чергу може призвести до отримання неправомірних переваг у конкуренції. Зокрема, як вбачається зі змісту Заяви, саме вищезазначена інформація вплинула на намір Заявника придбати автомобіль Nissan Qashqai, а не автомобіль іншого виробника.

Відповідно до частини першої статті 1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», недобросовісною конкуренцією є будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності.

Відповідно до вимог статті 15<sup>1</sup> 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.

Згідно зі статтею 10<sup>bis</sup> Паризької конвенції про охорону промислової власності від 20.03.1883, яка набула чинності для України 25.12.1991 року, актом недобросовісної конкуренції вважається будь-який акт конкуренції, що суперечить чесним звичаям у промислових і торговельних справах, зокрема, підлягають забороні неправильні ствердження при існуванні комерційної діяльності, що здатні дискредитувати підприємство, продукти чи промислову або торговельну діяльність конкурента.

Метою будь-якої комерційної реклами є стимулювання збуту товарів, робіт, послуг шляхом привертання 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.

Тобто, поширена Товариством в мережі Інтернет невизначеному колу осіб інформація про автомобілі Nissan Qashqai, внаслідок обраного способу її викладення, може неоднозначно сприйматися потенційними споживачами, внаслідок чого Товариство може здобути переваги на відповідному ринку, зокрема, посилити свою конкурентну позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неправдивої інформації про товари, які ним пропонуються до продажу.

Після отримання розпорядження про початок розгляду справи, Товариство, за власною ініціативою розпочало роботи по заміні інформації в мережі Інтернет на Сайті.

Інформація з обмеженим доступом, що визначена Товариством.

Таким чином, інформація яка містила ознаки неправдивої була змінена Товариством, що відображено в Акті про встановлення факту розміщення інформації від 15 січня 2016 року, який складено працівниками Відділення.

Першим відділом досліджень та розслідувань Відділення було складено подання про попередні висновки у справі № 81-02/06.15 від 15.07.2016 № 72/ПС-02-05 (надалі – Подання), копію якого надіслано листом від 15.07.2016 № 02-05/2428 на адресу Товариства, який згідно з рекомендованим повідомленням про вручення поштового відправлення № 0303510026333, був вручений уповноваженій особі Товариства 21.07.2016 року.

Також, копію витягу з Подання було отримано Заявником 26.07.2016, що підтверджується даними сайту УДППЗ «Укрпошта».

У запропонований строк з боку Заявника до Відділення не надходило заперечень або зауважень на Подання.

Товариство у відповідь на Подання, листом від 19.08.2016 № 160 (вх. Відділення від 22.08.2016 № 01-11-2155) надало, зокрема наступні заперечення, що стосуються предмету розгляду справи.

*1. Товариство вважає, що у Поданні відсутні докази як неповноти, неточності і неправдивості зазначеної інформації, так і докази можливості впливу такої інформації на прийняття споживачами, в тому числі заявником, рішення про придбання відповідного товару (автомобіля Nissan Qashqai). Відділення стверджує про те, що інформація «самий **совершенный городской кроссовер**» в поєднанні з інформацією «**сочетая в себе лучшие характеристики внедорожника и традиционного хэтчбека**» і «**олицетворяет собой бескомпромиссное качество и совершенство**» характеризує не зовнішні якості, вигляд та дизайн автомобіля, як зазначило Товариство, а саме **якісні характеристики та досконалість автомобіля Nissan Qashqai**. Саме така інформація є неповною, неточною та неправдивою, оскільки Товариство не надало будь-яких порівнянь та досліджень, які підтверджують унікальність та неповторність автомобіля, і вводить в оману. Товариство зауважує, що немає ніяких підстав стверджувати, що автомобіль Nissan Qashqai і всі інші кросовери ідентичні та повторюють один одного. Зазначені вирази про досконалість і якість не стосуються конкретних технічних характеристик, не пов'язані з характеристиками конкретних моделей автомобілів, а пов'язані з загальними характеристиками типів автомобілів – позашляховика і хетчбека.*

Зазначене не може бути взято до уваги, оскільки, попри те, що кожна марка та модель автомобіля є унікальною та неповторною, а зазначені у рекламі вислови стосуються, у рівній мірі як зовнішніх, так і технічних характеристик, інформація «**самий совершенный городской кроссовер**», «**лучшие характеристики внедорожника и традиционного хэтчбека**», «**олицетворяет собой бескомпромиссное качество и совершенство**», більшою мірою стосується саме технічних характеристик, оскільки: - вимоги до кросовера, з огляду на його досконалість, і полягають у певній відповідності технічних характеристик вимогам до цього класу автомобілів:

- «характеристики» є набором певних показників, які є конкретними величинами/найменуваннями, тобто відносяться, як правило, до технічних параметрів, а не до опису зовнішнього вигляду/дизайну;

- «якість» (українською - «якість») є також набором конкретних показників, за допомогою яких можливо оцінити якість товару; поняття «якість» не застосовується тільки до зовнішнього вигляду/дизайну, оскільки оцінка зовнішнього вигляду є суб'єктивною ознакою та не впливає на більшість характеристик товару, які забезпечують його функціональну роботу;

- «самий» (українською - «най-») згідно з Великим тлумачним словником сучасної мови префікс «най-» уживається для творення форми найвищого ступеня порівняння прикметників і прислівників із зазначенням найбільшої або найменшої міри якості.

Таким чином, не здійснивши порівняння з відповідними моделями автомобілів інших марок, які реалізувалися суб'єктами господарювання - конкурентами Товариства у період розміщення реклами, зокрема у 2014 році, та враховуючи те, що реклама стимулює зацікавленість споживача до товару, поширення інформації, що може ввести в оману, може поставити Товариство у більш вигідне становище та надати йому переваг над іншими суб'єктами господарювання, які діють на ринку реалізації автомобілів.

2. У Поданні стверджується, що оскільки Товариство не вказало на Сайті, що малося на увазі саме попередні моделі автомобілів, така інформація є неправдивою та неповною. Так як фраза «новий» Nissan Qashqai і передбачає порівняння з «**попереднім**». Відділення робить необґрунтований висновок про те, що оскільки в рекламі маються на увазі переваги Nissan Qashqai у порівнянні з попередніми модифікаціями Nissan Qashqai, це нібито свідчить про відсутність переваг Nissan Qashqai в порівнянні з іншими автомобілями. Відділення не враховує той факт, що Nissan Qashqai є переможцем багатьох конкурсів, у тому числі національних, зокрема переможцем Всеукраїнської акції «Автомобіль року в Україні 2015» в номінації «Співвідношення ціна/якість».

Зазначене твердження Відділення не може взяти до уваги, оскільки інформація про те, що порівняння здійснювалось відносно попередніх моделей була відсутня на Сайті, при цьому у споживачів, при перегляді такої реклами на Сайті, могло скластися враження, що в ній містяться порівняльні характеристики нового Nissan Qashqai з автомобілями інших брендів.

Разом з тим, факт того, що Nissan Qashqai є переможцем Всеукраїнської акції «Автомобіль року в Україні 2015» в номінації «Співвідношення ціна/якість» може свідчити лише про те, що Nissan Qashqai є переможцем акції за результатами 2015 року за параметрами, які перевірялись в рамках цієї акції, зокрема співвідношення ціни та якості, та не свідчить про переваги цього автомобіля серед автомобілів інших брендів за сукупністю характеристик («не имеет равных»), які має автомобіль. Крім цього, відповідна рекламна інформація, зокрема «не имеет равных», була розміщена ще з травня 2014 року.

При цьому, слід звернути увагу на те, що переможцем у вітчизняному конкурсі «Автомобіль года 2014», наприклад, у номінації «компактный SUV» отримала Toyota RAV 4, дизайн - Range Rover Sport тощо.

Слід зазначити, що у разі наявності спеціальних відзнак щодо певного товару, та прямого посилання на обставини їх визначення (назва премії, відзнаки, номінація), така інформація є належним чином обґрунтованою та правдивою.

3. Товариство зазначило, що вираз «не має рівних на дорозі» - є не порівняльною характеристикою конкретних параметрів, а суб'єктивною оцінкою. Такі вирази не мають конкретики щодо порівнюваних параметрів та не можуть бути предметом оцінки на предмет достовірності/недостовірності. Для когось даний товар є найкращим, для інших - ні.

Зазначене не може бути взято до уваги, оскільки у відповідному тексті реклами також зазначались й конкретні характеристики («аэродинамические качества», «топливная экономичность», «низкий уровень выбросов CO2» тощо), які покликані на те, щоб підтвердити факт того, що Nissan Qashqai «не має рівних на дорозі», де крім автомобілів Nissan Qashqai попередніх моделей, наявні кросовери й інших учасників ринку – конкурентів Товариства.

4. Відділення не проаналізувало і не підтвердило доказами, що рекламна інформація вплинула/може вплинути на рішення потенційних покупців щодо купівлі автомобіля Nissan Qashqai, а також, що вона негативно вплинула на конкуренцію на ринку.

В умовах високої конкуренції, інформація про характеристики автомобілів, що поширювало Товариство на Сайті, могло привертати увагу потенційних покупців та стимулювати їх до придбання саме товарів Товариства, що в свою чергу могло призвести до отримання неправомірних переваг у конкуренції. Зокрема, як вбачається зі змісту Заяви, саме рекламна інформація, що розміщувалась на Сайті, з огляду на її непідтвердженість у ході порівняльного аналізу відповідних характеристик, а відтак неоднозначністю її сприйняття споживачами, вплинула на намір Заявника придбати саме автомобіль Nissan Qashqai, а не автомобіль іншого бренду, що і було взято Відділенням до уваги.

04 листопада 2016 року було проведено слухання у справі № 81-02/06.15, за результатами якого до справи № 81-02/06.15 були залучені матеріали, надані Товариством та Заявником.

Під час слухання у справі представники Товариства повідомили про те, що в країнах Європейського Союзу «дута реклама» - суб'єктивна оцінка, гіпербола, а не викладення фактів (приклади: «краще всіх», «найкращий», «гострота відчуттів», «задоволення від їзди»)

не є порушенням конкурентного законодавства, а оспорюванні слогани, зокрема «не имеет равных», «самые превосходные», «самый совершенный» мають широку суб'єктивну оцінку. На думку представників Товариства, «вихвалання» – звичайна і законна практика (прикладі: «досконалий», «найсучасніший», «еталонний», «найкращий», «безкомпромісний» тощо).

Також, представниками Товариства зазначено, що ознайомившись з рекламою певного автомобіля, споживач не приймає одразу рішення щодо його придбання, а отже така реклама не може вплинути на намір споживача щодо придбання автомобіля, що рекламується.

Заявником було зазначено, що реклама автомобілів Nissan Qashqai мала значний вплив на придбання цього автомобіля, оскільки перед купівлею цього автомобіля, заявник порівнював різні автомобілі серед таких брендів, як Хонда, Мазда, Форд. Також Заявник зазначив, що на його вибір щодо придбання автомобіля Nissan Qashqai вплинула інформація в рекламі, зокрема: «Nissan Qashqai» оборудован инновационной системой запуска и остановки двигателя «Старт/Стоп». А такие передовые технологии, как система регулирования ходовой части Nissan и новая трансмиссия XTRONIC, обеспечивают максимальный контроль и повышенную реактивность» (мова оригіналу) (надалі – Інформація). Також Заявником надано матеріали, які були надані Товариством до Дарницького районного суду у м. Києві з інформацією про виявлені недоліки в автомобілях Nissan Qashqai (J 11), зокрема потенційну несправність, що стосується блоку управління безступінчастою трансмісією деяких автомобілів Nissan Qashqai (J 11) з дизельним двигуном R9M робочим об'ємом 1,6 л і з трансмісією CVT. Заявник також акцентував увагу на тому, що ці матеріали, не кореспондуються з Інформацією, зазначеною у рекламі.

Разом з тим, Відділенням було встановлено, що станом на 14.11.2016 року на Сайті розміщується наступна інформація щодо автомобілів Nissan Qashqai: *«Ми представляємо той самий кросовер у зухвалому новому дизайні, озброєний провідними технологічними рішеннями, сучасними комунікаційними системами, із спортивною динамікою та відточеною керованістю.... Випробуйте Nissan Qashqai – безкомпромісний міський кросовер. Nissan Qashqai оснащено комплексом систем управління шасі, які роблять автомобіль ще більш чутливим, передбачуваним у керуванні та безпечним...»* (мова оригіналу).

Отже, інформація, яка поширювалась Товариством на Сайті у 2014 році та містила ознаки неправдивої (що було підставою для початку розгляду справи № 81-02/06.15), тобто могла вплинути на свідомість споживача та викликати у нього бажання придбати саме кросовер Nissan Qashqai, наразі на Сайті у первісному вигляді відсутня.

Однак, зважаючи на висловлену позицію та аргументи Товариства, існує ймовірність розповсюдження рекламної інформації з подібними відомостями, які містять ознаки порівняльних характеристик в майбутньому.

З метою вжиття заходів для усунення причин виникнення порушення і умов, що йому сприяють на підставі статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції», керуючись статтею 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», адміністративною колегією Відділення ТОВ «Ніссан мотор Україна» були надані обов'язкові для розгляду рекомендації від 18.11.2016 № 35-рк (надалі - Рекомендації) вжити заходи щодо припинення дій, які містять ознаки порушення, передбаченого статтею 15<sup>1</sup> Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, усунути причини виникнення цього порушення і умови, що йому сприяють, шляхом не розміщення під час рекламування автомобілів інформації, яка містить порівняльний характер та/або може надавати додаткові переваги перед іншими суб'єктами господарювання на ринку автомобілів в Україні, у тому числі кросоверів, зокрема, «найкращий, найдосконалиший, найкращі характеристики, не має рівних тощо» без належних на те підстав.

Листом від 08.12.2016 № 242 (вх. Відділення від 09.12.2016 № 01-11-3172) Товариство повідомило, що з метою забезпечення виконання Рекомендацій, ТОВ «Ніссан мотор Україна» вжито необхідних заходів, спрямованих на припинення розміщення вказаної у Рекомендаціях інформації, здійснило перевірку наявної на сайті Товариства рекламної інформації з метою приведення її у відповідність до Рекомендацій.

Також Товариство повідомило, що з метою усунення причин розміщення вказаної у Рекомендаціях інформації, проведено навчання керівництва Товариства, працівників, трудові

функції, яких пов'язані з підготовкою та розміщенням рекламної інформації, юридичним супроводом діяльності Товариства, а також партнерів Товариства, з якими укладені договори про надання послуг/виконання робіт з підготовки і розміщення рекламних матеріалів, щодо вимог законодавства про захист економічної конкуренції та практики його застосування.

На підтвердження вжиття Товариством необхідних заходів, ТОВ «Ніссан мотор Україна» надало, зокрема, копію наказу від 06.12.2016 № 147 «Щодо забезпечення виконання Рекомендацій», копію звіту від 08.12.2016 щодо виконання наказу Товариства, копію акту перевірки інформації на сайті Товариства.

За результатами збирання та аналізу доказів у справі № 81-05/06.15, Відділенням складено подання з попередніми висновками від 25.01.2017 № 15/ПС-02.05 (надалі - Подання) копію якого, листом від 25.01.2017 № 02-05/309 було вручено представнику за довіреністю Товариства 25.01.2017 Чучаку Н.М. та листом від 25.01.2017 № 02-05/310 направлено на адресу Заявника (отриманий – 31.01.2017).

Листом від 01.02.2017 № 19 (вх. Відділення від 03.02.2017 № 01-11-330) ТОВ «Ніссан мотор Україна» повідомило про те, що погоджується з попередніми висновками Відділення.

Станом на 16.02.2017 від Заявника заперечень на попередні висновки у справі № 81-05/06.15 не надходило.

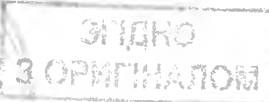
Згідно з частиною 3 статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції» у разі, якщо порушення не призвело до суттєвого обмеження чи спотворення конкуренції, не завдало значних збитків окремим особам чи суспільству та вжито відповідних заходів для усунення наслідків порушення, провадження у справі про порушення законодавства про захист економічної конкуренції не розпочинається, а розпочате провадження закривається.

Таким чином, враховуючи наведене, керуючись статтями 7 та 14 Закону України „Про Антимонопольний комітет України”, статтями 46 і 49 Закону України „Про захист економічної конкуренції”, статтею 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», пунктами 3, 11 Положення про територіальне відділення Антимонопольного комітету України, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 23 лютого 2001 року № 32-р, зареєстрованого у Міністерстві юстиції України 30 березня 2001 року за № 291/5482 (із змінами), пунктом 36 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року № 5, зареєстрованих в Міністерстві юстиції України 06 травня 1994 року за № 90/299 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29 червня 1998 року № 169-р) (зі змінами), адміністративна колегія Київського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України

#### ПОСТАНОВИЛА:

1. Закрити провадження у справі № 81-02/06.15 у зв'язку з виконанням товариством з обмеженою відповідальністю «Ніссан мотор Україна» (ідентифікаційний код 33236598) рекомендацій адміністративної колегії Київського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України № 35-рк від 18.11.2016.

**Голова адміністративної колегії -  
Голова відділення**



**О. Хмельницький**