



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ КИЇВСЬКОГО ОБЛАСНОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ВІДДІЛЕННЯ

«15» серпня 2017 року

№ 33

справа № 6/7-р-02-05-17

м. Київ

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

Адміністративна колегія Київського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, розглянувши подання Першого відділу досліджень та розслідувань з попередніми висновками у справі від 14.07.2017 № 102/ПС-02-02 та матеріали справи № 6/7-р-02-05-17 про порушення товариством з обмеженою відповідальністю «Мережа сімейних аптек (код ЄДРПОУ 40394105) законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, яке передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення суб'єктом господарювання невизначному колу осіб неповних та неправдивих відомостей про особливості реалізації товарів, ціну і знижки на них, що можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання,

ВСТАНОВИЛА:

Дорученням Антимонопольного комітету України від 01.11.2016 № 12-01/5711 Київське обласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України (надалі – Відділення) уповноважено провести дослідження щодо наявності в діях товариства з обмеженою відповідальністю «Мережа сімейних аптек» (надалі – ТОВ «Мережа сімейних аптек», Товариство) ознак порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції.

Так, спеціалістами Рівненського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України було виявлено, що на фасаді аптечного закладу Товариства, який розташований за адресою: м. Рівне, пр-т Миру, 12, рекламні оголошення, з наступною інформацією «-5%», «-7%», «Низькі ціни» та «За найнижчими цінами», що могла містити ознаки порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції.

З метою всебічного та об'єктивного дослідження стосовно наявності або відсутності ознак порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції в діях ТОВ «Мережа сімейних аптек» Відділення направило вимогу про надання інформації до Товариства від 07.11.2016 № 02-05/3801.

За результатами проведеного дослідження, розпорядженням адміністративної колегії Відділення від 16.03.2017 № 7-р розпочато розгляд справи, в ході розгляду якої, встановлено наступне.

ТОВ «Мережа сімейних аптек» є юридичною особою, зареєстрованою Подільською районною в місті Києві державною адміністрацією 04.04.2016 року, ідентифікаційний код юридичної особи 40394105. Місцезнаходження юридичної особи: 03127, м. Київ, проспект Голосіївський, буд. 106/2, прим. 47.

Згідно з відомостями з Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України видами діяльності Товариства за КВЕД-2010 є: 47.73 Роздрібна торгівля фармацевтичними товарами в спеціалізованих магазинах.

Товариство здійснює свою господарську діяльність на підставі нової редакції Статуту (надалі – Статут), затвердженого Протоколом № 1 загальних зборів засновників ТОВ «Мережа сімейних аптек» від 04 квітня 2016 року та зареєстрованого приватним нотаріусом Коноваловим Р.В.

Таким чином, Товариство у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» є суб'єктом господарювання.

У відповідь на вимогу Відділення листом від 24.11.2016 № 38 (вх. Відділення від 29.11.2016 № 01-11-3090) (надалі – Лист) Товариство повідомило, що ТОВ «Мережа сімейних аптек» розміщує плакати рекламного характеру з наступною інформацією «За найнижчими цінами» (надалі – Рекламне оголошення 1, див. фото1) та «-5%», «-7%», «Низькі ціни» (надалі – Рекламне оголошення 2, див. фото 2) на фасадах аптечних закладів, інформаційних листівках, а також в залах аптек мережі ТОВ «Мережа сімейних аптек».

Роздрібну реалізацію лікарських засобів Товариство здійснює через мережу аптечних закладів:

- м. Київ, вул. Волгоградська, 21-А – аптека №1,
- м. Ірпінь, вул. Котляревського, 54/1-А – аптека № 3,
- м. Рівне, пр-т Миру, 25 – аптека № 4,
- м. Рівне, вул. Відінська, 2 – аптека № 5,
- м. Рівне, вул. 16 липня, 57 – аптека № 6.

ТОВ «Мережа сімейних аптек» повідомило, що оголошення розроблено власними зусиллями та відповідальність за інформацію, яка розміщується на Рекламних оголошеннях, несе керівництво Товариства.



Фото 1. Рекламне оголошення 1

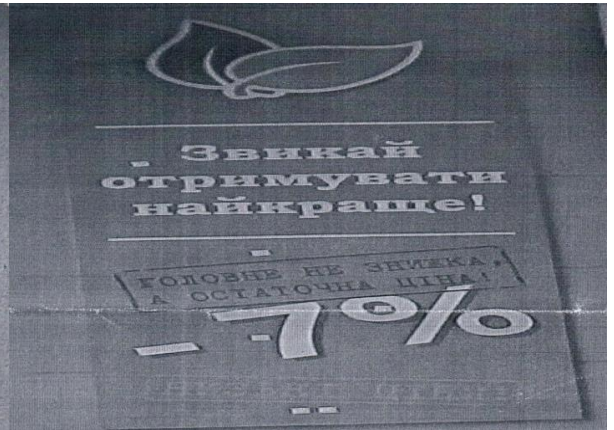


Фото 2. Рекламне оголошення 2

За результатами аналізу інформації, розміщеної в Рекламних оголошеннях, встановлено наступне.

В Рекламному оголошенні 1 у верхній частині розміщено напис «Програма НАЗУСТРІЧ КОЖНОМУ». Посередині Рекламного оголошення великими літерами зеленого та червоного кольору розміщено напис «БІЛЬШЕ 1000 найнеобхідніших препаратів ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ!». При цьому, словосполучення «ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ!» виділяється серед інших слів розміром шрифту, та є домінуючим в тексті рекламного оголошення. Нижче, дрібнішими літерами зазначено «соціальні ліки, для лікування гіпертензії, цукрового діабету та захворювань щитовидної залози». Ще нижче, дуже дрібним шрифтом (порівняно з іншими написами в Рекламному оголошенні) білого кольору на помаранчевому фоні розміщено напис «детальну інформацію запитуйте у фармацевта».

В Рекламному оголошенні 2 на зеленому фоні посередині, білими великими літерами міститься інформація «Звикай отримувати найкраще», нижче під цим написом чорними літерами зазначено «головне не знижка, а остаточна ціна» та ще трохи нижче білими літерами на зеленому фоні «-7%» «ЗА НИЗЬКИМИ ЦІНАМИ».

ТОВ «Мережа сімейних аптек» Листом зазначило, що «... плакат «більше 1000 найнеобхідніших препаратів ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ» не є рекламою, а лише носить

інформаційний характер з посиланням на категорії товарів, на які розповсюджується знижка, затверджена наказом від 15.07.2016 № 24-п «Про затвердження акційних пропозицій в аптеках ТОВ «Мережа сімейних аптек» (зі змінами, внесеними наказом від 10.10.2016 року № 31/1-п)» (мова оригіналу). Так, в Рекламному оголошенні 1 зазначено, що в програмі «Назустріч кожному» за найнижчими цінами можна придбати: соціальні ліки, для лікування гіпертензії, цукрового діабету та захворювань щитовидної залози.

Проте, зазначене Рекламне оголошення не містить перелік лікарських засобів, на які саме розповсюджується зазначена програма, також не зазначено, які саме лікарські засоби відносяться до категорії «соціальні ліки» та умови придбання зазначених лікарських засобів.

Одночасно, Товариство повідомило, що *«... з метою захисту мало захищених верств населення знижки для відвідувачів аптек у розмірі 5% та 7% запроваджені наказом від 29 червня 2016 року № 22-п розповсюджуються на всю продукцію та поширюються на усіх громадян, які володіють дисконтною картою, про що вказано в «Положенні про дисконтну програму «До кожного - як до себе» (мова оригіналу).*

Проте, в Рекламному оголошенні 2, інформація про те, що знижки «5%» та «7%» розповсюджуються тільки на споживачів, які володіють дисконтною картою Товариства, відсутня.

Таким чином, розміщена в Рекламних оголошеннях 1 та 2 інформація може створювати у споживачів – потенційних покупців уявлення про те, що ціни в аптечних закладах ТОВ «Мережа сімейних аптек» нижчі від цін на аналогічні товари інших продавців, а також про те, що будь-який покупець може придбати лікарські засоби в аптеках Товариства, на фасадах яких розміщено Рекламні оголошення, зі знижкою у 5 % або 7 %, що в свою чергу може вплинути на наміри потенційних покупців щодо придбання лікарських засобів та медичних товарів саме в аптечних закладах Товариства.

Товариство також повідомило, що не здійснює постійне документування моніторингу, натомість користується системою дослідження ринку «Фармексплорер». Вказана система здійснює порівняння роздрібної реалізації аптечної мережі з ринком (без зазначення назви аптек) конкурентів. Поняття «найнижчі ціни» *«вживаються в розумінні ціни з мінімально можливою націнкою та розповсюджується на обраний перелік продукції, затверджений наказом від 15.07.2016 № 24-п «Про затвердження акційних пропозицій в аптеках ТОВ «Мережа сімейних аптек» (зі змінами внесеними наказом від 10.10.2016 № 31/1-п)» (мова оригіналу).*

Одночасно ТОВ «Мережа сімейних аптек» зазначило, що не всі покупці звертаються за роз'ясненнями до фармацевта.

Слід зазначити, що спосіб викладення інформації, зокрема напису «Детальну інформацію запитуйте у фармацевта» не сприяє ознайомленню споживачів з її змістом, оскільки розмір шрифту, яким виконано зазначений напис, є значно меншим від шрифту, яким наведена основна інформація, та з огляду на наявну фотокопію Рекламного оголошення 1, розміщеного на фасаді аптеки, основна інформація може розрізнитись навіть із значної відстані, на відміну від уточнюючої інформації.

Отже, інформація «За найнижчими цінами», що розміщена на фасадах аптечних закладів Товариства, може стимулювати споживачів (покупців) до здійснення покупки саме в аптечних закладах Товариства, оскільки може створювати хибне уявлення про те, що ціни на лікарські засоби та вироби медичного призначення в аптеках Товариства є нижчими, ніж в аптеках конкурентів.

Так, задля об'єктивного дослідження зазначеного питання, під час опитування конкурента Товариства, який здійснює свою господарську діяльність на ринку роздрібної реалізації лікарських засобів та виробів медичного призначення та аптека якого знаходиться в безпосередній близькості від Аптечного закладу Товариства, а саме за адресою м. Київ, вул. Солом'янська, 21, Відділення запропонувало висловити міркування щодо можливого отримання учасником ринку лікарських засобів переваг у конкуренції при поширенні інформації «ЗА НИЗЬКИМИ ЦІНАМИ» та «більше 1000 найнеобхідніших препаратів ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ», за умови, що ціни на деякі лікарські засоби в аптечних закладах цього суб'єкта господарювання вищі, ніж в аптеках інших суб'єктів господарювання – конкурентів на ринку лікарських засобів.

ТОВ «Столичний медичний альянс», який є конкурентом Товариства, вважає, що учасники ринку лікарських засобів, які поширюють інформацію «ЗА НИЗЬКИМИ ЦІНАМИ» та «більше 1000 найнеобхідніших препаратів ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ», за умови коли суб'єкт господарювання не здійснює відстеження цін інших учасників ринку та не ставить найнижчі ціни, може отримувати переваги у конкуренції. Також, ТОВ «Столичний медичний альянс» вважає, що інформація «ЗА НИЗЬКИМИ ЦІНАМИ» та «більше 1000 найнеобхідніших препаратів ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ», що розміщена на фасадах аптечних закладів за умови, що ціни на деякі лікарські засоби в таких аптечних закладах даних суб'єктів господарювання вищі, ніж в аптеках інших суб'єктів господарювання, можуть ввести в оману споживачів, особливо за умови коли суб'єкт господарювання не здійснює відстеження цін інших учасників ринку та не ставить найнижчі.

Таким чином, інформація «більше 1000 найнеобхідніших препаратів ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ» та «ЗА НИЗЬКИМИ ЦІНАМИ», яка розміщена на фасаді Аптечного закладу Товариства, суб'єктами господарювання - конкурентами Товариства, сприймається як така, що може надати ТОВ «Мережа сімейних аптек» переваги у конкуренції та ввести в оману споживачів, що є проявом недобросовісної конкуренції.

За інформацією, наданою зазначеним суб'єктом господарювання, Відділенням здійснено порівняльний аналіз (по 100 найменуванням, які було запропоновано Відділенням) роздрібних цін (без урахування знижок) на лікарські засоби, що реалізуються Товариством та конкурентами, аптечні заклади яких знаходяться в безпосередній близькості один від одного.

За результатами проведеного аналізу встановлено, що роздрібні ціни на деякі лікарські засоби, що реалізуються в Аптечному закладі Товариства, вищі ніж в аптечному закладі конкурента, що розташований у безпосередній близькості від Аптечного закладу Товариства. Порівняльний аналіз роздрібних цін на деякі лікарські засоби наведений в таблиці 1.

Таблиця 1

Порівняльний аналіз роздрібних цін на лікарські засоби, що реалізуються в аптечних закладах Товариства та ТОВ «Столичний медичний альянс»

Назва лікарського засобу	Виробник	Дата зміни ціни	ТОВ "Мережа сімейних аптек"	ТОВ "Столичний медичний альянс"	Відхилення відносно аптечного закладу Товариства з ТОВ «Столичний медичний альянс»	
					у %	у грн.
Амброксол 0,03 №20 табл	Актавіс	15.10.2016	66,45	62,11	6,99	4,34
		15.11.2016.	66,12	63,2	4,62	2,92
		15.12.2016	56,5	63,38	-10,86	-6,88
		15.01.2017	56,5	59,66	-5,30	-3,16
		15.02.2017		62,55		
		15.03.2017		62,54		
АЦЦ порошок 100 мг № 20		15.10.2016	123	118,97	3,39	4,03
		15.11.2016.	122,6	119,5	2,59	3,1
		15.12.2016	119,8	119,2	0,50	0,6
		15.01.2017	123,6	125,55	-1,55	-1,95
		15.02.2017	117,8	129,66	-9,15	-11,86
		15.03.2017	117,75	126,41	-6,85	-8,66
Вормил табл жеват 400 мг № 3		15.10.2016	86,55	80,04	8,13	6,51
		15.11.2016		79,77		
		15.12.2016	80,8	80,6	0,25	0,2
		15.01.2017	79,4	84,65	-6,20	-5,25
		15.02.2017	79,4	86,59	-8,30	-7,19
		15.03.2017	96,05			
Карсил драже 22,5 мг № 80		15.10.2016	129,01	99,9	29,14	29,11
		15.11.2016.	129,85	99,9	29,98	29,95
		15.12.2016	140,38	149,01	-5,79	-8,63
		15.01.2017	132,5	148,13	-10,55	-15,63
		15.02.2017	132	144,74	-8,80	-12,74
		15.03.2017	128,85	145,5	-11,44	-16,65
Нурофен суспензия 100 мг/5мл 100 сл апельсин		15.10.2016	89,65	85,23	5,19	4,42
		15.11.2016.	89,65	85,15	5,28	4,5
		15.12.2016	84,45	85,47	-1,19	-1,02
		15.01.2017	84,45	85,57	-1,31	-1,12
		15.02.2017	84,45	85,57	-1,31	-1,12
		15.03.2017		87,7		
Флемоксин салютаб табл 250 мг № 20		15.10.2016	93,65	91,87	1,94	1,78
		15.11.2016.	93,64	91,9	1,89	1,74
		15.12.2016	92	91,9	0,11	0,1
		15.01.2017	93,2	91,9	1,41	1,3

		15.02.2017	92,5	92,92	-0,45	-0,42
		15.03.2017	92,6	91,71	0,97	0,89
Ессенциале форте Н капс 300 мг № 30		15.10.2016	199	153,75	29,43	45,25
		15.11.2016	199	153,75	29,43	45,25
		15.12.2016	199	211,07	-5,72	-12,07
		15.01.2017	198,6	158,5	25,30	40,1
		15.02.2017	199,5	213,1	-6,38	-13,6
		15.03.2017	200	164,5	21,58	35,5

Проведений порівняльний аналіз засвідчив, що роздрібні ціни на деякі з визначених Відділенням лікарських засобів в Аптечному закладі Товариства вищі, ніж ціни на аналогічні препарати, що реалізуються в аптеці конкурента (подекуди перевищення є значним та складає близько – 30 %). Отже, зазначена у Рекламних оголошеннях 1 та 2 інформація, зокрема «більше 1000 найнеобхідніших препаратів ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ» та «ЗА НИЗЬКИМИ ЦІНАМИ», яка міститься на фасаді Аптечного закладу Товариства, не відповідає дійсності.

Таким чином, поширюючи на зовнішній поверхні будинку (фасаді) Аптечного закладу Рекламні оголошення 1 та 2 з інформацією «більше 1000 найнеобхідніших препаратів ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ» та «ЗА НИЗЬКИМИ ЦІНАМИ» без об'єктивно виправданих на те причин, ТОВ «Мережа сімейних аптек» може здобути неправомірні переваги у конкуренції не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення оманливої інформації.

Також, Відділенням було проведено опитування стосовно сприйняття потенційними споживачами (покупцями) лікарських засобів інформації «ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ», «-5%» та «-7%», розміщеної на фасадах аптечних закладів, в ході якого опитано 50 потенційних споживачів різних вікових категорій (від 19 до 55 років).

За результатами опитування встановлено, що 78 % респондентів здійснили б покупки саме в аптечному закладі, на фасаді якого розміщується інформація «ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ».

82 % опитаних зазначили, що якщо на фасаді аптечного закладу розміщена інформація «ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ», то ціни на всі лікарські засоби та медичні товари в даному аптечному закладі мають бути дешевшими ніж в інших аптечних закладах.

Переважна більшість респондентів (94%) вважають, що інформація «ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ», розміщена на фасаді Аптечного закладу, за умови, що ціни на певні лікарські засоби в такій аптеці є вищими, ніж в аптечних закладах інших суб'єктів господарювання, є такою, що може ввести в оману.

92 % опитаних інформація «-5%» та «-7%», що розміщується на фасаді Аптечного закладу стимулює до здійснення покупки саме в цьому аптечному закладі.

На думку 94 % респондентів, якщо на фасаді аптечного закладу розміщена інформація «-5%» та «-7%», як в наведеному прикладі, то знижки мають розповсюджуватись на всі лікарські засоби та медичні товари у цьому аптечному закладі.

При цьому, 76 % опитаних вважають, що інформація «-5%» та «-7%», яка розміщена на фасаді аптечного закладу, за умови що зазначені знижки надаються лише власникам дисконтних карток, є інформацією, що може ввести в оману.

За результатами аналізу відповідей потенційних споживачів (покупців) лікарських засобів встановлено, що інформація, яка розміщена на фасаді аптечного закладу «ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ», «-5%» та «-7%» може ввести в оману, а також спонукати споживача до придбання лікарських засобів саме у цього суб'єкта господарювання.

Таким чином, спосіб викладення Товариством Рекламних оголошень 1 та 2 може ввести в оману споживачів щодо справжніх умов та особливостей реалізації товарів, а також цін на лікарські засоби, які реалізуються в аптечних закладах ТОВ «Мережа сімейних аптек».

Такі дії Товариства можуть ставити ТОВ «Мережа сімейних аптек» у більш вигідне становище порівняно з іншими суб'єктами господарювання, які діють на тому ж самому ринку, оскільки потенційні споживачі можуть зробити вибір на користь ТОВ «Мережа сімейних аптек», прагнучи придбати ліки саме за низькими або найнижчими цінами, а не за середньо ринковими.

Відповідно до Закону України «Про рекламу» зовнішня реклама - це реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях - рекламоносійх,

розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхах будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг.

Таким чином, Рекламні оголошення 1 та 2, що розміщуються на фасаді (зовнішній поверхні будинку) Аптечного закладу ТОВ «Мережа сімейних аптек» є зовнішньою рекламою.

Статтею 1 Закону України «Про рекламу» визначено, що недобросовісна реклама – це реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження.

Навіть за умови відповідності змісту реклами вимогам частини 3 статті 8 Закону України «Про рекламу», зазначена реклама може бути визначена як недобросовісна.

Згідно зі статтею 10 Закону України «Про рекламу», недобросовісна реклама забороняється. Відповідальність за недобросовісну рекламу несе винна особа. Рішення щодо визнання реклами недобросовісною приймають державні органи, визначені статтею 26 цього Закону.

Відповідно до статті 26 Закону України «Про рекламу», контроль за дотриманням законодавства України про рекламу здійснюють у межах своїх повноважень, зокрема Антимонопольний комітет України - щодо дотримання законодавства про захист економічної конкуренції. Крім того, відповідний орган державної влади має право вимагати від рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами усунення виявлених порушень вимог законодавства, приймати рішення про визнання реклами недобросовісною.

Відповідно до вимог статті 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», поширення 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.

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

Отже, дії ТОВ «Мережа сімейних аптек» щодо розміщення на зовнішніх поверхах будинків (фасадах) аптечних закладів Товариства Рекламного оголошення 2 з неповною інформацією, зокрема «-5%», «-7%», без зазначення, що знижки розповсюджуються лише на тих споживачів, які володіють дисконтною картою Товариства, можуть ставити Товариство у більш вигідне становище порівняно з конкурентами Товариства.

Крім того, розміщуючи на зовнішніх поверхах будинків (фасадах) аптечних закладів Товариства Рекламні оголошення 1 та 2 з інформацією: «більше 1000 найнеобхідніших препаратів ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ» та «ЗА НИЗЬКИМИ ЦІНАМИ», Товариство може здобути переваги на відповідному ринку, зокрема, посилити свою конкурентну позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неправдивої інформації про ціни на товари, які ним реалізуються.

За результатами збирання та аналізу доказів у справі № 6/7-р-02-05-17, Відділенням складено подання з попередніми висновками від 14.07.2017 № 102/ПС-02-02 (надалі - Подання) копію якого, листом від 14.07.2017 № 02-02/2448 було надіслано на адресу ТОВ «Мережа сімейних аптек».

Відповідно до відомостей з Інтернет-сайту УДППЗ Укрпошта рекомендований лист від 14.07.2017 № 02-02/2448 (штрих кодівий ідентифікатор № 0303507863372) Товариству – «вручене за довіреністю 01.08.2017».

Станом на 10.08.2017 року від ТОВ «Мережа сімейних аптек» на адресу Відділення заперечень та/або зауважень щодо змісту Подання не надходило. При цьому, на вимогу

Відділення, ТОВ «Мережа сімейних аптек» не надало інформацію про дохід (виручку) за 2016 рік.

Таким чином, встановленими у справі обставинами, у їх сукупності доведено, що дії ТОВ «Мережа сімейних аптек», які полягають у поширенні на зовнішніх поверхнях будинків (фасадах) аптечних закладів Товариства Рекламних оголошень 1 та 2 з неповною інформацією «-5%», «-7%», «ЗА НИЗЬКИМИ ЦІНАМИ», а саме без зазначення, що знижки розповсюджуються лише на тих споживачів, які володіють дисконтною карткою Товариства, а також неправдивої інформації щодо цін на товари, зокрема «більше 1000 найнеобхідніших препаратів ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ», є порушенням, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення суб'єктом господарювання невизначному колу осіб неповних та неправдивих відомостей про особливості реалізації товарів, ціну і знижки на них, що можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання.

Відповідно до частини першої статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» вчинення суб'єктом господарювання дій, визначених як недобросовісна конкуренція, тягне за собою накладення штрафу у розмірі до п'яти відсотків доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) суб'єкта господарювання за останній звітний рік, що передував року, в якому накладається штраф.

Відповідно до частини другої статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» якщо відповідач на вимогу голови територіального відділення не надав відомостей про розмір доходу (виручки), штраф, передбачений частиною першою цієї статті, накладається у розмірі до десяти тисяч неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

При визначенні розміру штрафу враховано наступне:

- порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції ТОВ «Мережа сімейних аптек» виявлено Відділенням вперше;
- порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції ТОВ «Мережа сімейних аптек» не припинило.

Враховуючи наведене та керуючись статтями 7, 12¹ та 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 21, 27 і 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 за № 32-р, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України від 30 березня 2001 року за № 291/5482 (зі змінами), пунктом 32 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19.04.94 р. №5, зареєстрованих в Міністерстві юстиції України 06.05.1994 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,

ВИРІШИЛА:

1. Визнати дії товариства з обмеженою відповідальністю «Мережа сімейних аптек» (м. Київ, код ЄДРПОУ 40394105), які полягають у поширенні на зовнішніх поверхнях будинків (фасадах) аптечних закладів Товариства Рекламних оголошень 1 та 2 з неповною інформацією «-5%», «-7%», «ЗА НИЗЬКИМИ ЦІНАМИ», а саме без зазначення, що знижки розповсюджуються лише на тих споживачів, які володіють дисконтною карткою Товариства, а також неправдивої інформації щодо цін на товари, зокрема, «більше 1000 найнеобхідніших препаратів ЗА НАЙНИЖЧИМИ ЦІНАМИ» порушенням, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення суб'єктом господарювання невизначному колу осіб неповних та неправдивих відомостей про особливості реалізації товарів, ціну і знижки на

них, що можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання.

2. За порушення, зазначене у пункті 1 резолютивної частини цього рішення, накласти на ТОВ «Мережа сімейних аптек» (код ЄДРПОУ 40394105) штраф у розмірі **68 000 (шістдесят вісім тисяч) гривень.**

3. Зобов'язати ТОВ «Мережа сімейних аптек» припинити порушення, зазначене у пункті 1 резолютивної частини цього рішення шляхом приведення зовнішнього оформлення фасадів аптечних закладів ТОВ «Мережа сімейних аптек» відповідно до норм чинного законодавства України, про що протягом двох місяців з дня отримання рішення повідомити Відділення з наданням підтвердних документів.

Відповідно до частини третьої статті 56 Закону України "Про захист економічної конкуренції" штраф повинен бути сплачений у **двомісячний строк** з дня одержання рішення.

Згідно із частиною восьмою статті 56 Закону України "Про захист економічної конкуренції" протягом п'яти днів з дня сплати штрафу суб'єкт господарювання зобов'язаний надіслати до територіального відділення документи, що підтверджують сплату штрафу.

Відповідно до частини першої статті 60 Закону України "Про захист економічної конкуренції" рішення органів Антимонопольного комітету України у двомісячний строк з дня одержання може бути оскаржене до господарського суду.

**Голова адміністративної колегії -
Голова відділення**

О. Хмельницький