



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ КИЇВСЬКОГО ОБЛАСНОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ВІДДІЛЕННЯ

10.09.2019

№ 60/51-р/к
м. Київ

Справа № 115/60/58-рп/к.18

Про закриття провадження у справі

Адміністративна колегія Київського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, 115/60/58-рп/к.18 про порушення товариством з обмеженою відповідальністю «Київська харчова фабрика» (надалі – ТОВ «Київська харчова фабрика», Товариство, Відповідач) законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та подання про попередні висновки Першого відділу досліджень і розслідувань від 16.08.2019 № 60-03/156п,

ВСТАНОВИЛА:

Розпорядженням адміністративної колегії Відділення від 20.09.2018 № 60/58-рп-к було розпочато розгляд справи № 115/60/58-рп/к.18 за ознаками вчинення ТОВ «Київська харчова фабрика» порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (надалі – Справа).

У ході розгляду Справи було встановлено наступне.

ТОВ «Київська харчова фабрика» є юридичною особою, зареєстрованою Києво-Святошинською районною державною адміністрацією Київської області 08.11.2013, ідентифікаційний код юридичної особи - 38970400. Місцезнаходження юридичної особи: 08150, Київська обл., Києво-Святошинський район, місто Боярка, вул. 40 Років Жовтня, буд. 36М.

Основним видом діяльності Товариства за КВЕД 2010 є:

10.71 Виробництво хліба та хлібобулочних виробів; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок нетривалого зберігання.

У відповідь на вимогу про надання інформації від 01.02.2018 № 02-06/438 ТОВ «Київська харчова фабрика» листом від 16.03.2018 № 3 (вх. Відділення від 19.09.2018 № 01-11-1086) (надалі – Лист) повідомило, що здійснює наступні види господарської діяльності: виробництво та продаж чіпсів «PANCHOS», виробництво лавашів. Виробництво здійснюється в Київській області, продаж здійснюється у всіх регіонах України.

ТОВ «Київська харчова фабрика» здійснює свою господарську діяльність на підставі Статуту, затвердженого Загальними зборами учасників Товариства (протокол № 1 від 08 листопада 2013 року).

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

За інформацією, наданою у Листі, ТОВ «Київська харчова фабрика» виготовляє наступні види продукції: чіпси пшенично-кукурудзяні «PANCHOS» зі смаком лобстера, зі

смаком хамону, зі смаком песто, зі смаком пармезану, зі смаком халапеньйо (гострі) та лаваш вірменський тонкий.

В ході аналізу зовнішнього оформлення упаковок, зокрема «Чіпсів пшенично-кукурудзяних «PANCHOS» (надалі – Продукт) було встановлено наступне.

На лицьовій стороні упаковки по центру міститься домінуюче позначення «PANCHOS», трохи нижче на білому фоні розміщено малюнок лобстера, під яким великими чорними літерами написано «LOBSTER». Внизу на лицьовій стороні упаковки розміщено напис «Чіпси пшенично-кукурудзяні зі смаком лобстера», який виконано значно меншим шрифтом у порівнянні з назвою Продукту та написом «LOBSTER». Такий спосіб викладення інформації ускладнює ознайомлення потенційного споживача з повною інформацією про Продукт, оскільки такий напис «Чіпси пшенично-кукурудзяні зі смаком...» є непримітним.

При цьому, згідно з інформацією, розміщеною на зворотній стороні упаковки Продукту, до його складу входить, зокрема **смакова добавка «Лобстер»** (4%) [сироватка молочна суха, сіль кухонна, глюкоза харчова кристалічна гідратна, цукор білий, ідентичні натуральним ароматизатори, зелень кропу сушена шматочками, підсилювач смаку та аромату (глутамат натрію, гуанілат натрію, інозіат натрію), барвник (екстракт паприки)].

Отже, у складі Продукту **відсутні інгредієнти з натурального лобстера**, тобто Товариство виробляє та реалізує на території України **чіпси пшенично-кукурудзяні «PANCHOS» зі смаком лобстера**.

Листом Товариство повідомило, що розробником упаковок для чіпсів «PANCHOS» є ТОВ «Хавас Ворлдвайд Київ», а виробником вказаних упаковок в 2017 році - ТОВ «Ітак». Одночасно Товариство зазначило, що «Відповідальність за інформацію, розміщену на упаковках Продукції несе ТОВ «Київська харчова фабрика» (мова оригіналу).

У Листі ТОВ «Київська харчова фабрика» також повідомило, що при маркуванні продукції «Чіпси «PANCHOS» в асортименті протягом 2017 року Товариство керувалося вимогами ДСТУ 4518:2008 «Продукти харчові. Маркування для споживачів. Загальні правила» та «Технічним регламентом щодо правил маркування харчових продуктів», ТУ У 10.7-38970400-001:2014 «Сухарики. Технічні умови» підрозділ 3.6.

Основні вимоги до етикетування (маркування) харчових продуктів визначені «Технічним регламентом щодо правил маркування харчових продуктів» (надалі – Регламент), затвердженого Наказом Держспоживстандарту України № 487 від 28.10.2010, Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» та ДСТУ 4518:2008 «ПРОДУКТИ ХАРЧОВІ» «МАРКУВАННЯ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ».

Відповідно до пункту 5 Регламенту 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;

-повідомлення щодо особливих властивостей харчового продукту, хоча всі подібні продукти мають такі самі властивості;

б) містити інформацію щодо наявності у харчовому продукті (крім природних мінеральних вод та харчових продуктів, призначених для спеціального дієтичного споживання, функціональних харчових продуктів, дієтичних добавок) властивостей, які сприяють профілактиці, загоюванню та лікуванню будь-якого захворювання або посилятися на такі властивості.

Відповідно до пункту 6 Регламенту, у маркуванні, оформленні, рекламуванні харчових продуктів **забороняється використання будь-якої інформації, яка вводить в оману споживача** або містить інформацію щодо властивостей харчового продукту, яких у нього немає.

Пунктом 7 Регламенту передбачено, що назва харчового продукту повинна бути зрозумілою для споживача, конкретно та точно характеризувати продукт, розкривати його природу, походження, надавати можливість відрізнити певний вид харчового продукту від інших аналогічних видів харчових продуктів.

Назва харчового продукту повинна відповідати назві, установленій нормативно-правовими актами, а в разі їх відсутності - установленій нормативними документами, або відповідати усталеним назвам харчових продуктів, що застосовуються в країні, а в разі їх відсутності - як назва харчового продукту застосовується опису продукту, а в разі потреби - і опис його застосування, який є досить точним для того, щоб надати покупцеві можливість визначити вид продукту харчування і відрізнити його від інших аналогічних продуктів.

Відповідно до пункту 4.2. ДСТУ 4518-2008 «ПРОДУКТИ ХАРЧОВІ» «МАРКУВАННЯ ДЛЯ СПОЖИВАЧІВ» «Загальні правила» (надалі – ДСТУ 4518-2008) виробник (продавець) зобов'язаний своєчасно надавати споживачу інформацію про харчові продукти. Ця інформація не повинна вводити в оману споживача. Інформація для споживача повинна бути чіткою, конкретною, однозначною, забезпечувати споживачу можливість правильного вибору продукту та нести правдиві відомості щодо продукту. Інформація, яка стосується складу, властивостей, харчової цінності, природи походження, способів виготовлення та споживання, а також інших властивостей, які характеризують прямо або опосередковано безпечність і якість харчового продукту, повинна забезпечувати однозначне сприйняття споживачем та унеможливити помилкове сприйняття цього продукту за інший, близький до нього за зовнішнім виглядом або органолептичними показниками.

Відповідно до пункту 4.5.1.6 ДСТУ 4518-2008 **не дозволено:**

- використовувати в назвах харчових продуктів назви натуральних харчових продуктів — м'яса, риби, молока, масла, плодів, овочів тощо — які в тій чи іншій формі не входять в їхній склад. (У разі включення в склад таких продуктів ароматизаторів, що імітують наявність у них натуральних харчових продуктів (інгредієнтів), в їх назві зазначають, що ці продукти з ароматом м'яса, риби, молока, фруктів, овочів тощо залежно від того, аромат якого продукту він набув);

- наносити на споживчу тару, етикетку, контретикетку, кольєретку, ярлик, листок-вкладку зображення продуктів, сировинних компонентів (а також зображення тварин та рослин), що не були використані під час виготовлення упакованих у споживчу тару (для вагових — у транспортну тару) харчових продуктів, за винятком, коли такі продукти, сировинні компоненти нанесено не на лицьовому боці пакування винятково щоб зобразити рецепти готування страв, якщо вони разом із цим харчовим продуктом входять як інгредієнти відповідних страв; або коли зображення тварин та рослин імітують фантазійні власні назви.

Під час маркування харчових продуктів дозволено наносити позначку, яка імітує продукти, сировинні компоненти, рослини, тварини, які не було використано під час виготовлення харчового продукту, за умови одночасного виконання таких вимог: у безпосередній близькості з ідентифікаційною позначкою (малюнком) розташовано напис: «зі смаком» або «з ароматом». Загальний розмір ідентифікаційної позначки з написом: «зі смаком» або «з ароматом» не повинен перевищувати 1/6 частини маркування. Цей напис має бути нанесено розбірливо, шрифтом не меншим, ніж назва харчового продукту.

Пунктом 4.5.5.2 передбачено, що під час застосування ароматичних речовин (ароматизаторів) слова «ароматична речовина», «ароматичний препарат» або «ароматизатор» треба супроводжувати прикметником: «натуральний», «натурально-ідентичний», «штучний», залежно від природи походження, та назви ароматизатора (за наявності).

Щодо цього Товариство повідомило, що «при нанесенні на лицьову сторону упаковки «Чипсів «PANCHOS» зображення Рака/Лобстера вимоги примітки до підпункту 4.5.1.6 ДСТУ 4518-2008 були враховані та виконані: рецептурою чипсів пшенично-кукурудзяних зі смаком лобстера передбачене використання смакової добавки «Лобстер», у безпосередній близькості до зображення лобстера розташовано напис: зі смаком лобстера (напис

нанесено розбірливо, шрифтом не меншим, ніж назва харчового продукту)» (мова оригіналу)

Проте, напис «Чіпси пшенично-кукурудзяні зі смаком лобстера» нанесений внизу лицьової сторони упаковки (на відстані від напису «LOBSTER») та значно меншим шрифтом ніж назва харчового продукту. Крім того, у запакованому вигляді упаковки Продукту, вказаний напис є непримітним.

Таким чином, внаслідок обраного способу викладення інформації на лицьовій стороні упаковки Продукту, ТОВ «Київська харчова фабрика» поширює неточні відомості (інформацію), зокрема про споживчі властивості Продукту, що може ввести в оману споживачів та спонукати їх до придбання такої продукції саме у цього суб'єкта господарювання.

Разом з тим слід зазначити, що з 01.01.2018 року ДСТУ 4518-2008 втратив чинність, проте ТОВ «Київська харчова фабрика» виробляло та реалізовувало на території України чіпси пшенично-кукурудзяні «PANCHOS» з 2015 року, коли ДСТУ 4518-2008 було чинне. А отже, ТОВ «Київська харчова фабрика» при виробництві та реалізації Продукції мало керуватись чинними нормативно-правовими актами, законодавством України, а також ДСТУ 4518-2008.

Згідно із загальнодоступною інформацією, розміщеною в мережі Інтернет, з'ясовано, що на ринку реалізації снекової продукції, зокрема чіпсів, здійснюють діяльність й інші суб'єкти господарювання, тобто цей ринок є конкурентним.

Отже, конкуренти, які при виробництві чіпсів також використовують приправи зі смаком, ароматизатори та/або смако - ароматичні добавки та зазначають повну назву товарів належним чином, а саме «зі смаком» та/або «з ароматом» розбірливо, шрифтом не меншим, ніж назва харчового продукту, можуть знаходитись у нерівних конкурентних умовах порівняно з ТОВ «Київська харчова фабрика», яке, в свою чергу, може отримати при цьому переваги у конкуренції при реалізації своєї продукції внаслідок поширення неточних відомостей про споживчі властивості продукції.

Такими конкурентами є ПрАТ «Шполянський завод продтоварів», що виготовляє чіпси картопляні «Золотисті» під торговою маркою «Жайвір» та ТОВ «Снек експорт», яке виготовляє картопляні чіпси «Kartofan» у пластинках. Вказані суб'єкти господарювання на лицьовій стороні упаковки розміщують напис «зі смаком...» відповідного натурального продукту, який зроблено розбірливо, шрифтом не меншим, ніж назва харчового продукту.

Стимулювання зацікавленості споживачів шляхом поширення неточної інформації про споживчі властивості, характеристики товару, назву товару, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення, може поставити Товариство у більш вигідне становище порівняно з іншими суб'єктами господарювання, які діють на відповідному ринку.

Тобто, Товариство може посилити свою конкурентну позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неточних відомостей (інформації) про споживчі властивості, характеристики, назву Продукції, зокрема, внаслідок обраного способу викладення відомостей (інформації) на упаковках.

За визначенням, викладеним у статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», економічна конкуренція (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 товарів на ринку.

Відповідно до вимог 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.

Пересічний споживач, побачивши Продукцію з написом, наприклад «LOBSTER» та/або «Лобстер» тощо, розміщеним великими літерами на лицьовій стороні упаковки Продукту, може помилково сприйняти, що даний продукт виготовлений із додаванням натурального інгредієнту, що виступає додатковим стимулом до придбання цього товару. Тобто, поширення ТОВ «Київська харчова фабрика» на упаковках Продукції неточної інформації, а саме назви, зображення, наприклад «LOBSTER» тощо, в той час як до складу даного продукту входить **смакова добавка «Лобстер»**, може вплинути на наміри споживачів до придбання саме цього продукту, внаслідок введення їх в оману.

Тобто, спосіб викладення на упаковках Чіпсів «PANCHOS» зі смаком лобстера, інформації, що характеризує Продукт, створює у споживачів – потенційних покупців уявлення про те, що в складі продукту міститься натуральний інгредієнт, наприклад виготовлений з м'яса лобстера/рака, що може вплинути на наміри потенційних покупців щодо придбання продукту саме цього суб'єкта господарювання. Крім того, напис «Чіпси пшенично–кукурудзяні зі смаком...» того чи іншого продукту, який мають чіпси, на лицьовій стороні упаковки виконано шрифтом, що є значно меншим від напису, яким розміщено назву продукції, наприклад «LOBSTER», та є непримітним для споживача, тобто у такий спосіб, що ускладнює ознайомлення потенційних споживачів з повною інформацією про Продукт.

Слід зазначити, що згідно з наданою інформацією, ТОВ «Київська харчова фабрика» також реалізує **чіпси пшенично–кукурудзяні «PANCHOS» зі смаком хамону, зі смаком песто, зі смаком пармезану, зі смаком халапеньйо (гострі), до складу яких також входять смакові добавки зазначених харчових продуктів.**

При цьому: **хамон, песто, пармезан, халапеньйо, - зображення та назви яких розміщені на лицьовій стороні упаковок Продукції, відсутні у складі зазначеної Продукції.** Упаковки Продукції із зображенням хамону, песто, пармезану, халапеньйо, оформлені аналогічним чином з упаковкою Чіпсів «PANCHOS» зі смаком лобстера.

Отже, фактично Продукцією, що виготовляє ТОВ «Київська харчова фабрика», є чіпси пшенично–кукурудзяні «PANCHOS» зі смаком ... того чи іншого харчового продукту, смакові властивості якого мають чіпси.

Таким чином, дії ТОВ «Київська харчова фабрика», які полягають у реалізації чіпсів пшенично–кукурудзяних «PANCHOS»: зі смаком лобстера, зі смаком хамону, зі смаком песто, зі смаком пармезану, зі смаком халапеньйо (гострі) в упаковках, на лицьових сторонах яких великими літерами поширюється назва: LOBSTER (лобстер), JAMON (хамон), PESTO (песто), PARMESAN (пармезан), JALAPEÑO (халапеньйо) і зображення цих продуктів, а написи «зі смаком» виконано дуже дрібним, непримітним для споживачів шрифтом, в той час як до складу цих товарів входять смакові добавки «Лобстер», «Хамон», «Соус Песто», «Сир Пармезан», «Халапеньйо» та не входять натуральні інгредієнти з лобстера, хамону, песто, пармезану, халапеньйо відповідно, містять ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, а саме: поширення суб'єктом господарювання відомостей, які містять неточні дані щодо споживчих властивостей продукції, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення, що можуть вплинути на наміри споживачів щодо придбання товарів саме цього суб'єкта господарювання.

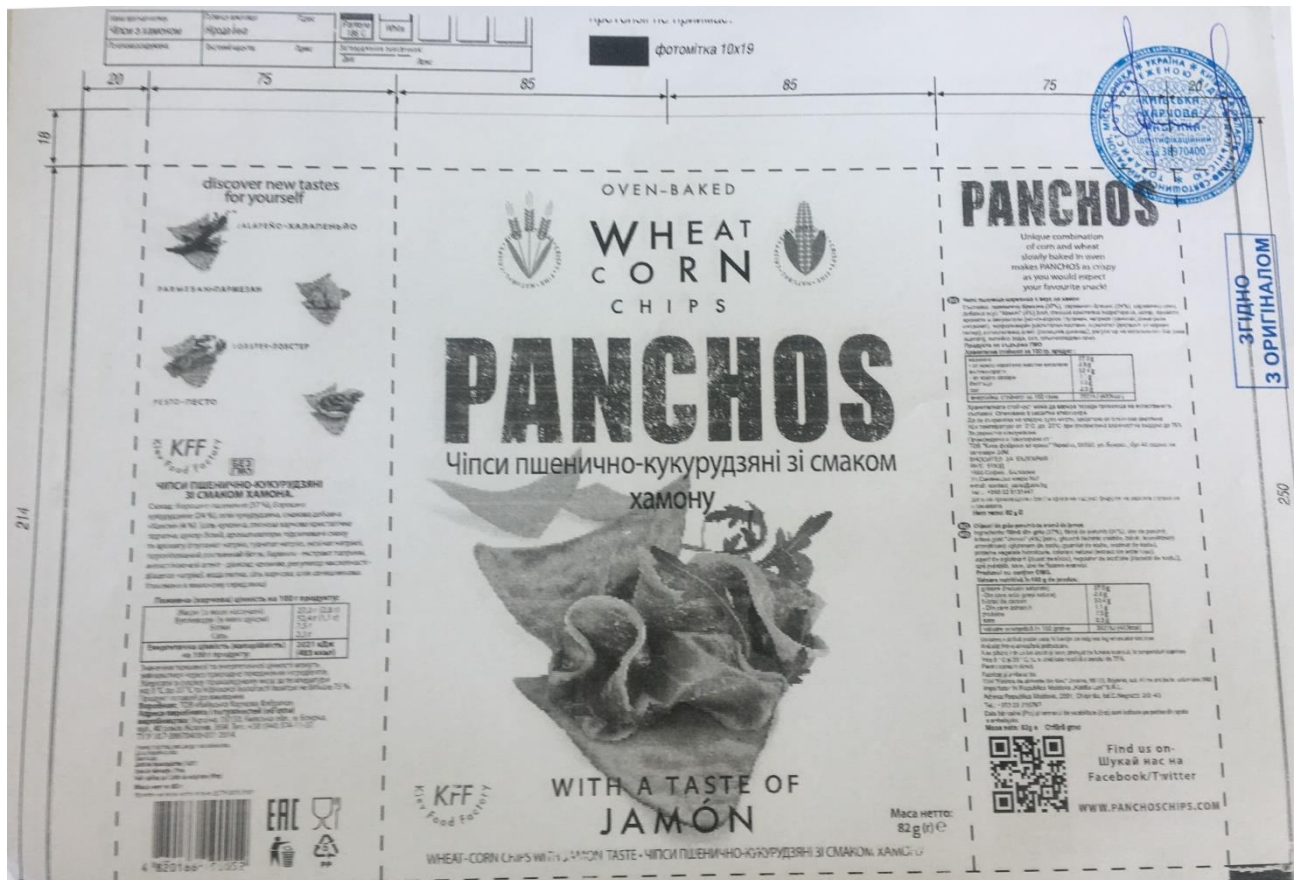
Враховуючи вищевикладене, з метою припинення дій, які містять ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції, керуючись статтею 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції», адміністративна колегія Київського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, надала ТОВ «Київська харчова фабрика» обов'язкові для розгляду рекомендації від 25 жовтня 2018 року № 60/88-р/к у місячний строк з дня їх отримання припинити дії, які містять ознаки порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції шляхом приведення зовнішнього оформлення упаковок продукції чіпси пшенично–кукурудзяні «PANCHOS» виробництва ТОВ «Київська харчова фабрика» у відповідність до вимог законодавства, а також усунути причини виникнення порушення і умов, що йому сприяють.

Листом від 20.12.2018 № 52 (вх. Відділення від 21.12.2018 № 60-01/4399) ТОВ «Київська харчова фабрика» повідомило, що Товариство розробило та впроваджує нові макети упаковок чіпсів пшенично-кукурудзяних, у відповідності до рекомендацій.

В нових упаковках написи «зі смаком» друкуються на основній видимій стороні упаковки поруч з назвою чіпсів пшенично-кукурудзяних великими літерами.

Листом від 01.02.2019 № 5 (вх. Відділення від 01.02.2019 № 60-01/331) Товариство повідомило, що відповідно до наказу № 24-пр від 17.12.2018 запроваджено упакування та реалізація чіпсів в змінених упаковках. Всі пакувальні матеріали (плівки) для виробництва чіпсів пшенично-кукурудзяних «PANCHOS», що надходять на підприємство з січня 2019 року, повинні бути нового зміненого зразку згідно затвердженим макетам.

На підтвердження вищезазначеного, Товариство надало копії затверджених макетів (див. фотокопію) упаковки чіпсів пшенично-кукурудзяних зі смаком лобстера, хамону, песто, пармезану, халапеньо та копію наказу ТОВ «Київська харчова фабрика» № 24-пр від 17.12.2018.



Фотокопія. Макет оновлений упаковок чіпсів пшенично-кукурудзяних.

Отже, Товариство вжило всіх необхідних заходів для припинення дій, які містять ознаки порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та усунення причин виникнення порушень і умов, що йому сприяють.

Листом від 16.08.2019 № 60-02/4769 Відділенням направлено до Товариства копію подання з попередніми висновки у справі № 115/60/58-рп/к.18.

Станом на дату прийняття рішення від ТОВ «Київська харчова фабрика» до Відділення не надходило заперечень та зауважень по змісту подання.

За таких умов, враховуючи що у Відділенні відсутня інформація, яка б свідчила про те, що дії ТОВ «Київська харчова фабрика» щодо розміщення на лицьовій стороні споживчих етикеток пшенично-кукурудзяних чіпсів ТМ «PANCHOS» в асортименті неточних відомостей про споживчі властивості Продукції призвели до суттєвого обмеження чи спотворення конкуренції, чи завдали значних збитків окремим особам чи суспільству, провадження у справі відповідно до частини третьої статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції» підлягає закриттю.

Враховуючи наведене та керуючись статтями 7, 12-1 та 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 46, 48 та 49 Закону України «Про захист

економічної конкуренції», пунктом 11 Положення про територіальне відділення Антимонопольного комітету України, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 23 лютого 2001 року за № 32-р, зареєстрованого в Міністерстві юстиції України від 30 березня 2001 року за №291/5482 (зі змінами), пунктами 23 та 36 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

ПОСТАНОВИЛА

закрити провадження у справі № 115/60/58-рп/к.18, у зв'язку з виконанням рекомендацій адміністративної колегії Відділення від 25.10.2018 року № 60/88-рп/к.

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

Члени колегії:

/ _____ /
(підпис)

Л. Шурховецька

/ _____ /
(підпис)

Л. Маракіна

Юридичний відділ:

/ _____ /
(підпис)

Виконавець

М. Літинська

/ _____ /
(підпис)

Секретар колегії

Є. Кириченко

/ _____ /
(підпис)