

ВИТЯГ



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

## РЕКОМЕНДАЦІЇ

АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ  
КИЇВСЬКОГО ОБЛАСНОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ВІДДІЛЕННЯ

«17» жовтня 2018 року

№ 60/84-рк/к

м. Київ

**ТОВ «Сандора»**

с. Миколаївське, Вітовський р-н,  
Миколаївська обл., 57262

*Про припинення дій, які містять ознаки порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, усунення причин виникнення порушення і умов, що їм сприяють*

На виконання доручення Антимонопольного комітету України від 26.05.2017 № 12-01/3641 Київське обласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України (надалі - Відділення) розглянуло заяву гр. Сичкова Д.І. б/д б/н надіслану на адресу Дніпропетровського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, зареєстровану 18.05.2017 за вх. № С-1376/29/06-17 щодо можливого порушення, зокрема, товариством з обмеженою відповідальністю «Сандора» (надалі – ТОВ «Сандора») законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, у вигляді поширення на упаковках продукції - чіпси картопляні інформації, що вводить в оману (надалі – Заява).

З метою всебічного та об'єктивного розгляду Заяви Відділення направило вимоги про надання інформації до ТОВ «Сандора» від 06.06.2017 № 02-02/2005 та від 14.07.2017 № 02-02/2456.

За результатами аналізу матеріалів Заяви та доданих до неї документів, а також інформації та матеріалів, отриманих на вимоги, встановлено наступне.

ТОВ «Сандора» є юридичною особою, зареєстрованою Вітовською районною державною адміністрацією Миколаївської області 28.09.1995 року, ідентифікаційний код юридичної особи – 22430008. Місцезнаходження юридичної особи: 57262, Миколаївська обл., Вітовський район, село Миколаївське.

Основним видом діяльності Товариства за КВЕД 2010 є:

- 10.32 Виробництво фруктових і овочевих соків.

- 10.72 Виробництво сухарів і сухого печива; виробництво борошняних кондитерських виробів, тортів і тістечок тривалого зберігання.

ТОВ «Сандора» здійснює свою господарську діяльність на підставі Статуту зі змінами, затвердженого позачерговими загальними зборами учасників (протокол № 122/10-1 від 10.10.2016 року).

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

За інформацією, наданою ТОВ «Сандора листом від 29.06.2017 № 10-05-241 (вх. Відділення від 29.06.2017 № 01-11-1750) (надалі – Лист) останній є офіційним дистриб'ютором та імпортером на території [Інформація з обмеженим доступом] наступних видів картопляних чіпсів (надалі – Продукція):

Чіпси картопляні «Lay's» краб 0,2 кг
Чіпси картопляні «Lay's» сметана і зелень 0,2 кг
Чіпси картопляні «Lay's» бекон 0,133 кг
Чіпси картопляні «Lay's» білі гриби зі сметаною 0,133 кг
Чіпси картопляні «Lay's» краб 0,133 кг
Чіпси картопляні «Lay's» молода зелена цибуля 0,133 кг
Чіпси картопляні «Lay's» сіллю 0,133 кг
Чіпси картопляні «Lay's» сметана і зелень 0,133 кг
Чіпси картопляні «Lay's» сир 0,133 кг
Чіпси картопляні «Lay's» бекон 0,071 кг
Чіпси картопляні «Lay's» білі гриби зі сметаною 0,071 кг
Чіпси картопляні «Lay's» краб 0,071 кг
Чіпси картопляні «Lay's» молода зелена цибуля 0,071 кг
Чіпси картопляні «Lay's» сметана і зелень 0,071 кг
Чіпси картопляні «Lay's» сир 0,071 кг
Чіпси картопляні «Lay's» бекон 0,03кг
Чіпси картопляні «Lay's» краб 0,03 кг
Чіпси картопляні «Lay's» сметана і зелень 0,03 кг
Чіпси картопляні «Lay's» сир 0,03 кг
Чіпси картопляні «Lay's» пармезан, часник і трави 0,133 кг
Чіпси картопляні «Lay's» яловичі реберця під солодким соусом 0,133 кг
Чіпси картопляні «Lay's» васабі 0,12 кг
Чіпси картопляні «Lay's» мисливські ковбаски 0,12 кг
Чіпси картопляні «Lay's» чилі та лайма 0,12 кг
Чіпси картопляні «Lay's» васабі 0,062 кг
Чіпси картопляні «Lay's» мисливські ковбаски 0,062 кг
Чіпси картопляні «Lay's» чилі та лайма 0,062 кг
Чіпси картопляні «Lay's» курячих крилець барбекю 0,12 кг
Чіпси картопляні «Lay's» паприкинг 0,12 кг
Чіпси картопляні «Lay's» сир та цибуля 0,12 кг
Чіпси картопляні «Lay's» курячих крилець барбекю 0,062 кг
Чіпси картопляні «Lay's» сиру та цибулі 0,062 кг

В ході аналізу зовнішнього оформлення упаковок, зокрема «Картопляних чіпсів «Lay's» в асортименті встановлено наступне.

На лицьовій стороні упаковки по центру міститься домінуюче позначення «Lay's», трохи нижче на рожевому фоні великими білими літерами міститься напис, зокрема «КРАБ», під написом розміщено малюнок «Краб», а в самому низу упаковки, в лівому куті дуже дрібними літерами виконано напис «Чіпси картопляні зі смаком краба». При цьому, зазначений напис виконано розміром шрифту, що є значно меншим від шрифту, яким виконано назву продукту та у спосіб, який ускладнює ознайомлення потенційного споживача з повною інформацією про Продукцію, оскільки у запакованому вигляді напис «Картопляні чіпси зі смаком...» є непримітним.

Листом Товариство повідомило, що маркування продукції ТМ «Lay's» безпосередньо здійснюється виробником-компанією Frito Lay Sp. Z o o ( ul. Zacholnia 1, 05-825 Grodzisk Mazowitcki, Poland (Польща) за дизайнами, погодженими Товариством.

Також, Товариство зазначило, що реалізація продукції чіпси ТМ «Lay's» здійснюється Товариством протягом тривалого часу, щонайменше з 2010 року.

Одночасно ТОВ «Сандора» повідомило Відділенню, що *«відповідно до чинного законодавства України – відповідальність за інформацію, розміщену на упаковках імпортованої продукції несе імпортер –ТОВ «Сандора» (мова оригіналу).*

Відповідно до статті 1 Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» (надалі – Закон ) оператор ринку харчових продуктів (надалі - Оператор ринку) - суб'єкт господарювання, який провадить діяльність з метою або без мети отримання прибутку та в управлінні якого перебувають потужності, на яких здійснюється первинне виробництво, виробництво, реалізація та/або обіг харчових продуктів та/або інших об'єктів санітарних заходів (крім матеріалів, що контактують з харчовими продуктами), і який відповідає за виконання вимог цього Закону та законодавства про безпечність та окремі показники якості харчових продуктів.

Згідно зі статтею 20 Закону Оператори ринку відповідають за виконання вимог законодавства про безпечність та окремі показники якості харчових продуктів у межах діяльності, яку вони здійснюють.

Відповідно до статті 39 Закону маркування харчових продуктів повинно забезпечувати споживача інформацією, яка надає йому можливість здійснювати вибір харчового продукту відповідно до потреб споживача.

Оскільки ТОВ «Сандора» є суб'єктом господарювання, який вводить в обіг харчові продукти на території України, отже згідно з чинним законодавством Товариство являється оператором ринку, який несе відповідальність за маркування харчових продуктів, що вводяться в обіг та реалізуються безпосередньо Товариством.

Таким чином, ТОВ «Сандора» несе відповідальність за інформацію, розміщену на упаковках Продукції.

В Листі Товариство повідомило, що при маркуванні «Картопляних чіпсів «Lay's» керується чинним законодавством України, зокрема статтею 39 Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів», Технічного Регламенту щодо правил маркування харчових продуктів, ДСТУ 4518:2008 «Продукти харчові. Маркування для споживачів» та ДСТУ 4608 «Чіпси картопляні. Загальні технічні умови».

Товариством було надано оригінали упаковок «Картопляних чіпсів «Lay's», які розповсюджуються ТОВ «Сандора» на території України (див. фотокопію).



Фотокопія 1 Картопляні чіпси Краб.

Як вбачається з фотокопії на лицьовій стороні упаковки продукції з малюнком Краб, розміщено позначення великими літерами «Краб». Зі зворотної сторони упаковки дрібними літерами перед інформацією про склад Продукції розміщено напис «Картопляні чіпси зі смаком краба».

При цьому, згідно з інформацією, розміщеною на зворотній стороні упаковки Продукції, до складу останньої входить, зокрема ароматизатор ідентичний натуральному «Краб» (суха молочна сироватка, сіль кухона, цукор, підсилювачі смаку та аромату (глутамат натрію, гуанілат натрію, інозинат натрію), натуральні та ідентичні натуральним смакоароматичні речовини, томати сухі порошкоподібні, сухе знежирене молоко, термічний технологічний ароматизатор, спеції, натуральний барвник (екстракт паприки).

Отже, у складі Продукту відсутні інгредієнти з натурального краба.

Також, Товариство зазначило, що «згідно з пунктом 7 Технічного регламенту назва продукту може бути доповнена комерційною (фірмовою) назвою. Комерційна (фірмова) назва продукту не характеризує продукт, його властивості, проте дає змогу відрізнити його від інших аналогічних продуктів, близьких за складом і органолептичними показниками. Назва харчового продукту, зазначена на лицьовій стороні пакування доповнена комерційною назвою - Lay's «Білі гриби зі сметаною» (мова оригіналу).

Таким чином, фактично Продукцією, яку імпортує та реалізує (вводить в обіг на території України) ТОВ «Сандора»: є «Картопляні чіпси зі смаком краба», «Картопляні чіпси зі смаком бекону», «Картопляні чіпси зі смаком білих грибів зі сметаною». «Картопляні

чіпси зі смаком італійського сиру з травами». «Картопляні чіпси зі смаком реберець зпід солодким соусом», «Картопляні чіпси зі смаком васабі», «Картопляні чіпси зі смаком мисливських ковбасок», «Картопляні чіпси зі смаком курячих крилець барбекю».

Тобто, у безпосередній близькості з малюнком, зокрема Краб, міститься тільки позначення великими літерами «КРАБ», а напис «зі смаком» розміщено дуже дрібними літерами в нижній частині лицьової сторони упаковки, у спосіб який ускладнює ознайомлення потенційного споживача з повною інформацією про споживчі властивості Продукції.

Листом від 14.08.2017 № 10-05-290 ТОВ «Сандора» повідомило *[Інформація з обмеженим доступом]*

*[Інформація з обмеженим доступом]*

Таким чином, внаслідок обраного способу викладення відомостей (інформації) на лицьових сторонах упаковок Продукції, ТОВ «Сандора» поширює неточні відомості (інформацію) про споживчі властивості Продукції, що може ввести в оману споживачів.

Основні вимоги до етикетування (маркування) харчових продуктів визначені «Технічним регламентом щодо правил маркування харчових продуктів» (далі – Регламент), затвердженого Наказом Держспоживстандарту України № 487 від 28.10.2010, Закон України «Про безпечність та якість 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:

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;

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 посиляться на такі властивості.

Відповідно до пункту 6 Регламенту, у маркуванні харчових продуктів забороняється використання будь-якої інформації, яка вводить в оману споживача або містить інформацію щодо властивостей харчового продукту, яких у нього немає. Зазначені обмеження поширюються також на рекламу харчових продуктів, оформлення харчових продуктів, зокрема на їх форму, зовнішній вигляд або упаковку, використаний пакувальний матеріал та місце їх розміщення для продажу.

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.

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

Разом з тим слід зазначити, що з 01.01.2018 року ДСТУ 4518-2008 втратив чинність, проте на момент введення ТОВ «Сандора» в обіг на територію України, продукції, зокрема «Картопляні чіпси краб», «Картопляні чіпси бекон», «Картопляні чіпси гриби зі сметаною», «Картопляні чіпси італійський сир з травами», «Картопляні чіпси реберця зід солодким соусом», «Картопляні чіпси васабі», «Картопляні чіпси мисливські ковбаски», «Картопляні чіпси курячі крильця барбекю» (за інформацією, наданою Товариством, щонайменше з 2010 року) зазначене ДСТУ 4518-2008 було чинне. А отже, ТОВ «Сандора» при введенні в обіг Продукції на території України, мало керуватись чинними нормативно-правовими актами, законодавством України, а також ДСТУ 4518-2008.

Разом з цим, за загальнодоступною інформацією 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 ароматизатори та/або смако - ароматичні добавки та зазначають повну назву товарів, а саме «зі смаком» та/або «з ароматом», яка відповідає дійсності, можуть знаходитись у нерівних конкурентних умовах порівняно з ТОВ «Сандора», який в свою чергу, може отримати при цьому переваги у конкуренції при реалізації своєї продукції внаслідок поширення неточних відомостей про споживчі властивості продукції.

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

Тобто, Підприємство 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, «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». За умови відсутності домовленостей або змов, конкуренція завжди присутня у взаємовідносинах суб'єктів господарювання. Проте, таке ринкове змагання повинно відбуватись за визначеними правилами, які спрямовані на встановлення, розвиток і забезпечення торгових та інших чесних звичаїв ведення конкуренції при здійсненні підприємницької діяльності в умовах ринкових відносин, забезпечувати охорону інтересів широкої громадськості та її зацікавленості не тільки у вільній, але й у чесній конкуренції.

Відповідно до частині 3 ст.10 bis Паризької конвенції поширення будь-якої інформації, що вводить в оману, є несумісним з добрими звичаями конкуренції.

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.

Тобто, спосіб викладення на упаковках Картопляних чіпсів «Laus» в асортименті інформації, що характеризує Продукцію, може створювати у споживачів – потенційних покупців уявлення про те, що в складі продукту міститься натуральний інгредієнт, наприклад м'ясо краба, що може вплинути на наміри потенційних покупців щодо придбання продукту саме цього суб'єкта господарювання. Крім того, напис «Картопляні чіпси зі смаком .....» того чи іншого продукту, який мають чіпси, розміщено у такий спосіб, що ускладнює ознайомлення потенційних споживачів з повною інформацією про Продукцію та є непримітним для споживача.

Пересічний споживач, побачивши Продукцію з інформацією, наприклад «Краб» тощо, розміщеною на лицьовій стороні упаковці продукту, може помилково сприйняти, що даний продукт виготовлений із додаванням натурального інгредієнту, що виступає додатковим стимулом до придбання цього товару. Тобто, ТОВ «Сандора», поширюючи на упаковках Продукції неточну інформацію, а саме назву, наприклад «КРАБ» тощо, в той час як до складу Продукції входять **смакоароматичні добавки**, може вплинути на наміри споживачів до придбання Продукції, внаслідок введення їх в оману.

Слід зазначити, що згідно з наданою інформацією ТОВ «Сандора» також реалізує інші види картопляних чіпсів Laus до складу яких також входять смакоароматичні добавки.

При цьому, упаковки Продукції з зображенням бекону, білих грибів зі сметаною, італійського сиру з травами, реберець зпід солодким соусом, васалі, мисливських ковбасок, курячих крилець барбекю тощо оформлені аналогічний чином з упаковкою Картопляних чіпсів «Laus» краб.

*Таким чином, дії ТОВ «Сандора», щодо введення в обіг товарів - «Картопляні чіпси краб Laus» в асортименті із зображенням відповідних продуктів, в той час до складу цих товарів входять ароматизатори та смако-ароматичні добавки та не входять натуральні*

*інгредієнти, зокрема краба, бекону, грибів тощо, містять ознаки порушення 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, а саме: поширення суб'єктом господарювання відомостей, які містять неточні дані щодо споживчих властивостей продукції, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення, що може 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,

### **РЕКОМЕНДУЄ:**

Товариству з обмеженою відповідальністю «Сандора» (код ЄДРПОУ 22430008) припинити дії, які полягають у поширенні неточної інформації на етикетках Картопляних чіпсів «Laus» краб, Картопляних чіпсів «Laus» бекон, Картопляних чіпсів «Laus» білі гриби зі сметаною, Картопляних чіпсів «Laus» італійський сир з травами, Картопляних чіпсів «Laus» ребереця під солодким соусом, Картопляних чіпсів «Laus» васабі, Картопляних чіпсів «Laus» мисливські ковбаски, Картопляних чіпсів «Laus» курячі крильця барбекю щодо споживчих властивостей такої продукції, шляхом приведення оформлення споживчої упаковки у відповідність до вимог законодавства, а також усунути причини виникнення порушення і умов, що йому сприяють.

Відповідно до частини другої статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції» рекомендації органів Антимонопольного комітету України підлягають обов'язковому розгляду органами чи особами, яким вони надані. Про результати розгляду рекомендацій повідомити Київське обласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України у **місячний строк** з дня їх отримання.

Звертаємо увагу, що відповідно до частини третьої статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції» за умов виконання положень рекомендацій у разі, якщо порушення не призвело до суттєвого обмеження чи спотворення конкуренції, не завдало значних збитків окремим особам чи суспільству та вжито необхідних заходів для усунення наслідків порушення, провадження у справі про порушення законодавства про захист економічної конкуренції не розпочинається, а розпочате провадження закривається.

**Голова адміністративної колегії -  
Голова відділення**

**О. Хмельницький**