



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РЕКОМЕНДАЦІЇ

АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ КИЇВСЬКОГО ОБЛАСНОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ВІДДІЛЕННЯ

«26» квітня 2019 року

№ 60/9-рк/к

м. Київ

ТОВ «Фуд Девелопмент»
м. Тульчин, вул. Полковника
Ганжі, буд.16, Вінницька обл.,
Тульчинський район, 23600

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

Дорученням Антимонопольного комітету України від 20.03.2019 № 13-01/294 (вх. Відділення від 20.03.2019 № 60-01/67к) Київське обласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України (надалі – Відділення) уповноважено розглянути справу № 03-18/03-18 про порушення товариством з обмеженою відповідальністю «Фуд Девелопмент» законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», розпочату розпорядженням адміністративної колегії Вінницького обласного територіального відділення Антимонопольного комітету (надалі – Вінницьке тервідділення) України від 02.04.2018 № 03-рк.

Розпорядженням адміністративної колегії Відділення від 27.03.2019 № 60/34-рп/к матеріали справи № 03-18/03-18 було прийнято до провадження Відділення та присвоєно їй номер 32/60/34-рп/к.19 відповідно до номенклатури справ, затвердженої у Відділенні та Інструкції з діловодства, затвердженої наказом голови Відділення від 11.08.2014 № 21-Н (надалі – Справа).

Так, у ході розгляду Справи Відділенням встановлено наступне.

Відповідно до відомостей з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань товариство з обмеженою відповідальністю «Фуд Девелопмент» (надалі – ТОВ «Фуд Девелопмент», Товариство, Відповідач) є юридичною особою, зареєстрованою Тульчинською районною державною адміністрацією Вінницької області 04.04.2016, ідентифікаційний код юридичної особи – 40395732, місцезнаходження 23600, Вінницька обл., Тульчинський район, м. Тульчин, вул. Полковника Ганжі, буд. 16.

Основним видом діяльності Товариства є (код КВЕД 10.51) перероблення молока, виробництво масла та сиру.

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

В ході розгляду Справи встановлено, що ТОВ «Фуд Девелопмент» є виробником масла солодковершкового бутербродного 63,0 % жиру вагою 200 г, маркованого написом «ДОМАШНЕ» ТМ «Ферма» (надалі – Масло «Домашне») та масла солодковершкового

селянського з вітамінами 73,0 % жиру «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ від 3-х років» (надалі - Масло «Для дітей від 3-х років») (разом надалі - Масло).

Щодо масла солодковершкового бутербродного «ДОМАШНЄ» 63,0% жиру вагою 200 г ТМ «Ферма»



Фотокопія 1. Лицьова сторона упаковки Масла «Домашнього»

За результатами аналізу зовнішнього оформлення упаковок Масла «Домашнього» встановлено наступне.

Як вбачається з фотокопії 1, оформлення лицьової сторони упаковки Масла «Домашнього» є наступним:

- у верхній частині лицьової сторони упаковки по центру розташовано зображення знаку для товарів і послуг (торгової марки) «Ферма». Нижче червоним кольором нанесено напис «масло, як треба!», ліворуч від зображення торговельної марки світло-зеленим кольором нанесено інформацію щодо жирності продукту - 63,0 % жиру;

- праворуч від зображення торговельної марки «Ферма» міститься напис «ДСТУ», виконаний великими літерами червоного кольору, під яким меншим шрифтом світло-коричневого кольору зазначено його номер «4399:2005»;

- у центральній частині лицьової сторони упаковки масла світло-зеленим кольором розміщено написи великими літерами «ДОМАШНЄ», під ним меншим шрифтом - «солодковершкове», та ще нижче світло-коричневим кольором, шрифтом значно меншим за попередній, здійснено напис «бутербродне». Під цими написами розміщено зображення двох корів на пасовищі (світло-зеленим кольором);

- праворуч від центрального малюнку із зображенням корів на пасовищі розміщено напис - 200 g (г), ліворуч - знак державної системи сертифікації України. Обидва написи виконані світло-коричневим кольором.

- нижче міститься малюнок огорожі, плетеної із лози, кольорів коричневих відтінків, в центрі якої у прямокутній рамці, фон якої відповідає загальному фону упаковки масла, міститься напис МАСЛО, виконаний великими літерами світло-зеленого кольору.

Зворотна та бокові частини упаковки Масла «Домашнього» мають наступний вигляд:

- на бокових поверхнях та на зворотній стороні упаковки (в запакованому вигляді) Масла «Домашнього» міститься інформація загального характеру, зокрема: зображення ТМ «Ферма», інформація про виробника та склад продукту, умови зберігання та строк придатності, енергетичну та поживну цінність тощо - світло-зеленим кольором, декількома мовами;

- на одній із бокових сторін упаковки розміщено штрих-код;

- по всіх бокових поверхнях та на звороті упаковки містяться написи «МАСЛО ДСТУ», виконані великими літерами світло-зеленого кольору.

Листом від 12 березня 2018 року № 12-03/18 (вх. Вінницького тервідділення від 15.03.18 № 481) Відповідач повідомив, що описаний дизайн упаковки Масла «Домашнього» використовується з 03.07.17.

За інформацією розміщеною в мережі Інтернет, виробництво вершкового масла в заводських умовах здійснюється одним із двох найпоширеніших методів. Перший метод - це

метод збивання досить жирних (30-35%) вершків. А другий метод полягає в перетворенні високожирних вершків. Зазвичай спосіб збивання використовують, коли потрібно зробити невеликі обсяги традиційного вершкового масла. Виробництво вершкового масла шляхом перетворення високожирних вершків використовується для інших видів вершкових масел, в тому числі сортів з наповнювачами, і в будь-якому обсязі. У наш час метод перетворення високожирних вершків застосовується в 90 % випадків. Для початку при цьому методі цільне молоко пропускають через сепаратор, щоб отримати вершки. Потім вершки нормалізуються - тобто приводяться до необхідного однорідного рівня жирності. Вершки очищаються від сторонніх присмаків і запахів шляхом промивання і дезодорації. Наступний етап - пастеризація-нагрівання до температури 85 град. С. Після цього вершки охолоджують до 4-6 град. С і залишають при такій температурі на 7-15 годин. Потім вершки збивають. Швидкість обертання барабана в стандартній олійниці становить 30-40 оборотів в хвилину. Масло збивається при температурі 8-14 град. С протягом 40-60 хв., доки не утворюються масляні зерна розміром 3-5 мм і пахта. Потім масляні зерна промиваються, щоб збільшити стійкість масла при зберіганні і відрегулювати процент вологості. Промивання виконують питною водою. Деякі сорти масла потім підсолюють. Масляні зерна об'єднуються в пласти шляхом механічної дії. Після розфасовки, масло вершкове продається оптом і в роздріб. При цьому, якщо використовувалися не ферментовані (солодкі) вершки, то вийде масло солодковершкове. Виробництво масла шляхом перетворення високожирних вершків на перших етапах таке ж, як отримання його шляхом збивання вершків. Відмінності починаються при сепарації вершків. Для того, щоб отримати вершки з високим вмістом жиру їх сепарують за допомогою спеціальних сепараторів. Максимально допустимий вміст вологи в таких вершках - 15,8%. Потім здійснюють термомеханічну обробку високожирних вершків - створюють умови, при яких відбувається кристалізація тригліцеридів молочного жиру і зміна фаз. Після цього відбувається обробка отриманої емульсії в циліндричному або пластинчатому маслоутворювачі. Коли масло отримано, його ще протягом 3-5-ти днів витримують при температурі 5-15 град. С для того, щоб завершився процес кристалізації молочного жиру і покращилися його фізичні та структурні якості.

ДСТУ «Масло вершкове» 4399:2005, відповідно до якого виготовлено Масло «Домашнє», поширюється на масло, виготовлене лише з коров'ячого молока та продуктів його перероблення. Масло виробляють за технологічною інструкцією, дотримуючись санітарних правил для молокопереробних підприємств ДСП 4.4.4.011 [2].

Для виробництва масла дозволено використовувати молоко коров'яче незбиране, вершки, молоко знежирене, вершки пластичні і підсирні, молоко незбиране сухе и молоко нежирне сухе, маслянку-сировину і маслянку суху, закваску бактеріальну або заквашувальний препарат згідно з чинними нормативними документами (ДСТУ 3662; 4273 та ін), сіль кухонну «Екстра» або вищого гатунку згідно з ДСТУ 3583 (ГОСТ 13830), воду питну — згідно ГОСТ 2874.

У домашніх умовах масло виготовляється з вершків шляхом їх збивання за допомогою блендера або вручну.

Таким чином, як процес виробництва, так і склад масла солодковершкового, виробленого в домашніх умовах, відрізняється від продукції, яка вироблена промисловим способом.

На упаковці масла «Домашнього» напис «ДОМАШНЄ» виконано світло-зеленим кольором значно більшим шрифтом, ніж напис «бутербродне», що виконано світло-коричневим кольором, який є не контрастним, а близьким по кольоровій гамі до основного (світло-жовтого) загального фону етикетки, а тому є непримітним, на відміну від напису «ДОМАШНЄ».

Отже, напис «ДОМАШНЄ», в той час, коли масло солодковершкове бутербродне 63,0 % жиру не є продуктом домашнього виробництва, може спонукати споживачів масла домашнього (не промислового) виробництва до покупки масла виробництва ТОВ «Фуд Девелопмент».

Ринок виробництва та реалізації масла солодковершкового бутербродного є висококонкурентним, представлений широким асортиментом продукції по всій Україні. При цьому інформація, наведена на упаковках такого масла, іншими виробниками - конкурентами Товариства, не містить відомості, які б надавали їм переваги у конкуренції.

Вінницьким тервідділенням було проведено дослідження думки конкурентів ТОВ «Фуд Девелопмент» щодо розміщеного на упаковці масла солодковершкового бутербродного 63,0 % жиру напису «ДОМАШНЄ». В ході вказаного дослідження, конкуренти Товариства, зокрема ТОВ «Літинський молочний завод», Фірма «ЛЮСТДОРФ» у формі ТОВ, ДП «Старокостянтинівський молочний завод», ТОВ фірма «Апрель», повідомили Вінницькому тервідділенню, що, на їх думку, використання на упаковках масла солодковершкового бутербродного позначення «ДОМАШНЄ» *може призвести до отримання неправомірних переваг перед іншими учасниками ринку, оскільки стимулює зацікавленість споживачів до купівлі такої продукції.*

Під час розгляду справи № 03-18/03-18 Вінницьким тервідділенням було проведено опитування населення з різних регіонів України віком від 18 до 70 років щодо сприйняття напису «ДОМАШНЄ», розміщеного на упаковці масла солодковершкового бутербродного 63,0 % жиру. За результатами опитування встановлено наступне.

На запитання в анкеті: «Чи є для Вас, як споживача масла солодковершкового, різниця у споживчих та смакових якостях між маслом бутербродним та маслом домашнім?» - з 384 опитаних осіб 69,0 % стверджують «Так».

З 384 опитаних осіб 68,7 % відповіли, що розміщення напису «ДОМАШНЄ» на упаковці масла солодковершкового бутербродного 63,0 % жиру сприймається ними, як такий, що дана продукція має кращі смакові та споживчі властивості, кращу якість, ніж продукція на якій такий напис відсутній.

З 384 опитаних 62,8% відповіли, що напис «ДОМАШНЄ» має для них вплив при виборі масла солодковершкового при придбанні його в роздрібній торгівлі.

На запитання в анкеті: «При виборі продукції (масла солодковершкового бутербродного), чи надали б Ви перевагу продукції, на упаковці якої розміщена інформація (позначення) «ДОМАШНЄ», перед аналогічною продукцією, на якій така інформація відсутня?» - з 384 опитаних осіб 63,8 % стверджують «Так».

На запитання в анкеті: «Чи надали б Ви перевагу продукції, на упаковці якої міститься інформація «ДОМАШНЄ», якби знали, що дана продукція є бутербродним маслом, виготовленим згідно ДСТУ 4399-2005 і немає споживчих властивостей домашнього продукту?» - з 384 опитаних осіб 73,2% стверджують - «Ні».

На запитання в анкеті: «Чи вважаєте Ви, що розміщення на упаковці продукції (масла бутербродного) інформації «ДОМАШНЄ» є фактом введення особи, що має намір придбати дану продукцію (споживача), в оману?» - з 384 опитаних осіб 75,3 % стверджують «ТАК».

На запитання в анкеті: «Вкажіть, оглянувши зображення 1, яка інформація для Вас щодо характеристики продукції на упаковці цієї продукції є домінуючою» - з 384 опитаних осіб 69, 5 % стверджують: «МАСЛО «ДОМАШНЄ».

За результатами обробки, аналізу та інтерпретації опитування встановлено, що респондентами за 5-ти бальною шкалою (де 1 - максимально легко, 5 - максимально важко) було оцінено рівень враження споживача - наскільки легко для споживача на лицьовій стороні упаковки продукту під написом «ДОМАШНЄ солодковершкове» (у зв'язку з кольором та розміром шрифту) встановити інформацію щодо виду масла, зокрема, що масло є солодковершковим бутербродним: 11,7 % - вказали 1 бал за шкалою (максимально легко); 8,6 % - 2 за шкалою; 31,8 % - 3 за шкалою; 29,9 % - 4 за шкалою; 18 % - 5 за шкалою (максимально важко).

Отже, саме написи «ДОМАШНЄ», та «МАСЛО» на упаковці масла солодковершкового бутербродного 63,0 % жиру є домінуючими на упаковці, а не напис «бутербродне», та виконані таким чином, що підкреслює їх значимість з поміж іншої інформації, нанесеної на упаковку, та можуть створювати у споживача враження, що «ДОМАШНЄ» є способом виготовлення або властивістю товару, що не відповідає дійсності.

Крім того, Антимонопольним комітетом України проводилось опитування думки споживачів стосовно використання напису «ДОМАШНЄ», «по-домашньому», що нанесені на етикетки/упаковки продукції, яка реалізується у торговельних мережах України, та встановлено наступне.

1. При купівлі продукції, яка реалізується у торговельних мережах України, та на упаковці/етикетці якої розміщено позначення «Домашнє», «по-домашньому» у 21,3% опитаних виникає враження, що ця продукція вироблена у домашніх умовах або умовах, наближених до них та має споживчі властивості домашніх продуктів або наближені до них.
2. 21,1% опитаних ствердно відповіли, що при виборі продукції позначення «Домашнє», «по-домашньому» має вплив на намір придбати саме цю продукцію.
3. На питання «Чи може, на Вашу думку, продукція на упаковці/етикетці якої міститься позначення «Домашнє», «по-домашньому», яка виробляється суб'єктами господарювання на виробничих потужностях та реалізується в торговельних мережах України, мати такі ж або наближені до них споживчі властивості, як і продукція, яка вироблена у домашніх умовах?» 64,5% опитаних відповіли «НІ».
4. На питання «Чи ввело б Вас в оману наявність на упаковці/етикетці продукції, яка реалізується в торговельних мережах України, позначення «Домашнє», «по-домашньому», якщо б Ви знали, що вказана продукція виробляється на виробничих потужностях, а не в домашніх або близьких до них умовах?» - 64,2% опитаних стверджують, що «ТАК, це вводить в оману».

Отже, відповідно до проведеного Антимонопольним комітетом України опитування думки споживачів стосовно використання напису «ДОМАШНЄ», «по-домашньому», можна зробити висновок, що використання цього напису має вплив на намір споживача придбати саме цю продукцію з-поміж іншої, а інформація, яка поширюється через напис «ДОМАШНЄ», «по-домашньому» є такою, що може ввести в оману.

Враховуючи думку конкурентів (виробників масла солодковершкового) та населення (споживачів), можна стверджувати, що ТОВ «Фуд Девелопмент» може отримати неправомірні переваги у конкуренції, посилюючи свою конкуренту позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення на упаковках неправдивих відомостей про цей продукт.

Реалізація ТОВ «Фуд Девелопмент» масла солодковершкового бутербродного із написом «ДОМАШНЄ» створює у споживачів уявлення про переваги споживчих властивостей цього масла щодо солодковершкового масла інших виробників, стимулює зацікавленість споживачів до купівлі цього товару і може ставити Товариство у більш вигідне становище стосовно інших суб'єктів господарювання, які також виробляють та здійснюють реалізацію масла солодковершкового.

Щодо масла солодковершкового селянського з вітамінами 73,0 % жиру для дітей від 3-х років «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ від 3-х років» ТМ «Ферма»



Фотокопія 2. Лицьова сторона упаковки Масла «Для дітей від 3-х років»

За результатами аналізу зовнішнього оформлення упаковок Масла «Для дітей від 3-х років» встановлено наступне.

Як вбачається з фотокопії 2, оформлення лицьової сторони упаковки Масла «Для дітей від 3-х років» є наступним:

- на лицьовій стороні упаковки, в верхній частині посередині зображено знак для товарів і послуг «Ферма», нижче літерами червоного кольору розміщено напис «масло, як треба!»;

- ліворуч від торговельного знаку «Ферма» розміщено інформацію про масову частку жиру продукції - 73,0 %, яку нанесено синім кольором;

- праворуч від знаку для товарів і послуг «Ферма» синім кольором нанесено напис «з корисними вітамінами», під яким зображені повітряні кульки із різнокольоровими літерами всередині: «А» (помаранчевим кольором), «О» (рожевим кольором), «Е» (зеленим кольором)»;

- під знаком для товарів і послуг «Ферма» розміщено напис «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ», виконаний великими різнокольоровими літерами (синім-рожевим-помаранчевим-фіолетовим-зеленим), а нижче розміщено напис світло-коричневого кольору «від 3-х років», який виконано шрифтом значно меншим, у порівнянні з написом «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ»;

- нижче нанесено яскраве зображення теляти (блакитно-білим кольором), що стоїть на зеленій галявині. Під цим зображенням розміщено напис «Масло солодковершкове селянське з вітамінами 73,0 % жиру для дітей від 3-х років», виконаний синім кольором;

- праворуч від зображення теляти розміщено інформацію про масу продукту - 200 г (г), ліворуч - знак Державної системи сертифікації України. Обидва написи виконані світло-коричневим кольором;

- нижче міститься малюнок огорожі, плетеної із лози, кольорів коричневих відтінків, по центру якої розміщено прямокутник, фон якого відповідає загальному фону упаковки масла (жовтувато-бежевого кольору) із написом МАСЛО, який виконаний великими літерами блакитного кольору.

Зворотна та бокові частини упаковки Масла «Для дітей від 3-х років» мають наступний вигляд:

- по всій зворотній та боковій частинах упаковки міститься напис «МАСЛО», виконаний великими літерами різнокольоровими буквами (синім-рожевим-помаранчевим-фіолетовим-зеленим);

- на трьох бокових панелях розміщено знак ТМ «Ферма» та напис «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ» (кожна буква написана різним кольором (синім-рожевим-помаранчевим-фіолетовим-зеленим), а нижче розміщено напис світло-коричневого кольору «від 3-х років», який виконано шрифтом значно меншим, у порівнянні з написом «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ»;

- на боковій стороні упаковки розміщено наступну інформацію в табличній формі, виконану синім кольором маленьким шрифтом:

Найменування вітамінів	Кількість вітамінів в 20 г масла	(%) від добової норми споживання для дітей, в 20 г масла*		
		3-6 років, %	7-13 років, %	14-18 років, %
Вітамін А, мкг	126,00	21	18	13
Вітамін Дз, мкг	2,10	21	84	84
Вітамін Е, мг	1,68	21	15	12

- допустимі відхилення вітамінів +(-) 18 % від вказаної кількості вітамінів в 20 г масла.

- праворуч від табличної форми розміщено напис «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ» (кожна буква написана різним кольором (синім-рожевим-помаранчевим-фіолетовим-зеленим), а нижче розміщено напис світло-коричневого кольору «від 3-х років», який виконано шрифтом значно меншим, у порівнянні з написом «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ»;

- ліворуч від табличної форми розміщено штрих-код;

- на зворотній стороні упаковки (в запакованому вигляді) розміщено інформацію на кількох мовах про: назву продукту, ТУ У 10.5-34832401-008:2012, склад продукту (пастеризовані вершки з коров'ячого молока, вітамінний комплекс (А, ДЗ, Е- 0,0196%);

умови зберігання та строк придатності; відомості про виробника; енергетичну та поживну цінність тощо.

Листом від 12 березня 2018 року № 12-03/18 (вх. Вінницького тервідділення № 481 від 15.03.18) Відповідач повідомив, що описаний дизайн упаковки Масла «Для дітей від 3-х років» використовується з 11.07.17.

За результатами аналізу змісту інформації, викладеної на упаковці Масла «Для дітей від 3-х років», встановлено, що в сукупності та за формами виконання відповідна інформація («МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ від 3-х років») може бути сприйнята споживачами як назва товару та створювати у них враження про спеціальні властивості товару. Завдяки цьому, Товариство може досягти неправомірних переваг у конкуренції. Проте, даний продукт не зареєстрований як харчовий продукт спеціального дієтичного споживання.

Масло «Для дітей від 3-х років» виготовляється згідно Технічних умов ТУ У 10.5-34832401-008:2012 «Масло вершкове збагачене». Вказані ТУ погоджені Головним державним санітарним лікарем України (висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи № 05.03.02- 06/126106 від 18.12.2012 року).

Зміна № 1 ТУ У 10.5-34832401-008:2012 «МАСЛО ВЕРШКОВЕ ЗБАГАЧЕНЕ» погоджена Головним державним санітарним лікарем України (висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи № 05.03.02-06/41867) і набрала чинності з 18.07.2016.

Відповідно до п. 1.1 Розділу 1 «Сфера застосування» масло призначене **для харчування дітей дошкільного, шкільного віку та дорослих.**

При цьому, як і в назві ТУ, так і у висновку державної санітарно-епідеміологічної експертизи назва продукту зазначена: «МАСЛО ВЕРШКОВЕ ЗБАГАЧЕНЕ» та відсутня назва «для дітей від 3-х років».

У листі від 12.03.2018 № 12-03/18 ТОВ «Фуд Девелопмент» повідомило, що «для виробництва масла солодковершкового селянського з вітамінами 73,0 % жиру для дітей від 3-х років використовується виключно коров'яче молоко і/та продукти переробки молока, молочної сировини та комплекс (премікс) вітамінів - Stern Vit BV 16236L, який містить вітаміни А,Д3,Е (компанії STERNVITAMIN, Німеччина). Розрахунок внесення вітамінів А,Д3,Е (компанії STERNVITAMIN, Німеччина), враховуючи фізіологічні потреби дітей від 3-х років та рекомендації МОЗ України, проведений інститутом Громадського здоров'я ім. О.М. Марзеєва Національної академії Медичних наук України. Оскільки у ДСТУ 4592:2006 «Масло з наповнювачами» обмежена кількість наповнювачів, було прийнято рішення розробити нормативний документ щодо збагачення вітамінами та мінеральними речовинами, який би не суперечив поняттю «масло вершкове».

В Україні існує категорія продукції для дитячого харчування до 3-х років. Для продукції для дітей від 3-х років не існує додаткових вимог до відповідної сировини. Окремих вимог до маркування для дитячого харчування у цьому законі не встановлено. Певні вимоги до етикетування дитячого харчування встановлено Законом України «Про дитяче харчування для дітей, віком до 3-х років» (мова оригіналу).

Листом від 24.05.2018 № 24-05/18 Товариство надало до Вінницького тервідділення копію протоколу випробувань харчової продукції від 16.05.2018 року, які проводились Акредитованою випробувальною лабораторією харчової продукції Державної установи «Інституту громадського здоров'я ім. О.М. Марзеєва» Національної академії медичних наук України. Відповідно до наданого протоколу, лабораторією інституту громадського здоров'я ім. Марзеєва Національної академії Медичних наук України зроблено висновок, що масло солодковершкове селянське з вітамінами 73,0% жиру для дітей від 3-х років за показниками безпеки (метали, мікотоксини, мікробіологічні показники), органолептичними показниками, та встановлення строків придатності в спожитковому, негерметичному пакуванні відповідає вимогам ТУ У 10.5-34832401-008:2012) і може бути рекомендовано до використання у заявленій сфері застосування: **«Харчування дітей дошкільного віку (від 3-х років), шкільного віку та дорослого населення».**

У сучасній науці прийняті наступні періодизації дитячого віку:

Дошкільний вік (3-6 років) який, в свою чергу, ділиться на середній дошкільний вік (4 - 5 років) та старший дошкільний вік (5-6 років).

Шкільний вік (6-17 років), молодший шкільний вік (6-10 років).

Дорослий — людина, яка досягла певного віку, та у відношенні до якої є підстави вважати, що вона має тілесну та ментальну зрілість. Тобто, дорослими вважаються люди старші від 20 років.

Відповідно до законодавства України правовий статус дитини має особа до досягнення нею повноліття. Малолітньою вважається дитина до досягнення нею чотирнадцяти років. Неповнолітньою вважається дитина у віці від чотирнадцяти до вісімнадцяти років.

Згідно із Законом України «Про дитяче харчування» дитяче харчування - харчовий продукт, призначений центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування державної політики у сфері охорони здоров'я, для спеціального дієтичного споживання, спеціально перероблений або розроблений для забезпечення задоволення дієтичних потреб дітей грудного та раннього віку (дитячі суміші початкові (стартові), дитячі суміші для подальшого годування, продукти прикорму, напої, вода бутильована для приготування дитячого харчування та/або пиття). Діти раннього віку - діти від одного до трьох років, діти грудного - діти від народження до одного року.

Якість дитячого харчування - ступінь досконалості властивостей та характерних рис дитячого харчування, які здатні задовольнити фізіологічні потреби організму дитини в продуктах харчування виходячи з їх хімічного складу та енергетичної цінності.

Масло «Для дітей від 3-х років» фактично призначено для споживання як дітьми старше 3-х років, так і для дорослого населення. Отже, правдивим був би напис на упаковці зазначеного масла - «МАСЛО солодковершкове збагачене вітамінами ДЛІА ДОРΟΣЛИХ та ДІТЕЙ від 3-х років», оскільки **особливі властивості цього масла для споживання дітьми від 3-х років не підтверджені відповідними доказами**. Однак, при оформленні етикетки для пакування масла солодковершкового селянського з вітамінами 73,0% жиру Товариство вдається до таких художніх прийомів, які візуально створюють ефект належності цієї продукції до категорії «для споживання маленькими дітьми»: зображення теляти, різнокольорові кульки, яскраве барвисте оформлення назви «МАСЛО ДЛІА ДІТЕЙ» і наявність самого словосполучення «ДЛІА ДІТЕЙ», що є оманливим. Продукція із позначеннями «ДЛІА ДІТЕЙ» підсвідомо сприймається споживачами як така, що має кращі смакові та споживчі властивості, кращу якість, оскільки при її виготовленні застосовуються більш жорсткі вимоги до виробництва та сировини.

Таким чином, розміщення напису «МАСЛО ДЛІА ДІТЕЙ від 3-х років» на упаковці масла солодковершкового селянського 73,0% жиру є поширенням інформації, що вводить в оману і може вплинути на наміри споживачів щодо придбання саме цього масла. Це може надати ТОВ «Фуд Девелопмент» неправомірні переваги у конкуренції, шляхом посилення його конкурентної позиції не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення на упаковках неправдивих відомостей про цей продукт.

Вінницьким тервідділенням було проведено дослідження думки суб'єктів господарювання, що здійснюють виробництво масла солодковершкового і є конкурентами ТОВ «Фуд Девелопмент», щодо розміщення напису «МАСЛО ДЛІА ДІТЕЙ від 3-х років» на упаковці масла солодковершкового селянського з вітамінами 73,0 % жиру. За результатами аналізу відповідей конкурентів Товариства, зокрема ТОВ «Літинський молочний завод», Фірма «ЛЮСТДОРФ» у формі ТОВ, ПрАТ «Вінницький молочний завод «Рошен», ДП «Старокостянтинівський молочний завод», ТОВ «Богодухівський молзавод» було встановлено, що, на їх думку, напис «МАСЛО ДЛІА ДІТЕЙ від 3-х років» на етикетці продукції може ввести в оману споживача щодо особливих властивостей харчового продукту, стимулювати зацікавленість у придбанні саме цього продукту та, як наслідок, призвести до отримання неправомірних переваг у конкуренції перед іншими учасниками ринку.

Крім того, під час розгляду справи Вінницьким тервідділенням було проведено дослідження думки споживачів щодо розміщення напису «МАСЛО ДЛІА ДІТЕЙ від 3-х

років» на упаковці масла солодковершкового селянського з вітамінами 73,0 % жиру для дітей від 3-х років вагою 200 г шляхом опитування 384 осіб у вигляді анкетування та встановлено наступне.

На запитання в анкеті: «На Вашу думку, для споживачів якої вікової категорії призначена продукція масло солодковершкове селянське у зв'язку з поширеною на упаковці інформацією «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ від 3-х років» з 384 опитаних осіб 10,4% стверджують - «що продукція призначена для споживання дітьми до 3-х років», 67,0 % стверджують - «що продукція призначена для споживання дітьми від 3-х років», ще 23,0% стверджують, що продукція призначена для будь-якої вікової категорії.

З 384 опитаних осіб у 78,9 % розміщений напис «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ від 3-х років» на упаковці масла солодковершкового селянського з вітамінами 73,0 % жиру сприймається, як такий, що дана продукція має кращі смакові та споживчі властивості, кращу якість, ніж продукція на якій такий напис відсутній.

З 384 опитаних осіб на запитання в анкеті: «Чи вплинуло б на Ваш намір, при виборі продукції (масла солодковершкового) розміщена на упаковці інформація «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ від 3-х років» 70,6 % відповіли «ТАК».

На запитання в анкеті: «Чи обізнаний Ви, як споживач продукції (масла солодковершкового селянського), що вимоги до виробництва продукції для дітей віком ДО 3-х років відрізняються від вимог до виробництва продукції для дітей віком ВІД 3-х років?» з 384 опитаних осіб 50,3% надали негативну відповідь «не обізнаний».

На запитання в анкеті: «Дивлячись на упаковку масла солодковершкового селянського з вітамінами 73,0 % жиру з написом «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ від 3-х років», чи зрозумілим є те, що даний продукт НЕ Є ПРОДУКТОМ ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ, і виробництво його здійснюється без отримання спеціальних висновків та погоджень, необхідних для виробництва продукції для дитячого харчування» - з 384 опитаних осіб 65,9 % осіб стверджують - «НІ».

На запитання в анкеті: «Чи надали б Ви перевагу у виборі продукції, на упаковці якої розміщена інформація «для дітей від 3 років», перед продукцією, на якій дана інформація відсутня?» - з 384 опитаних осіб 71,1 % ствердно відповіли - «ТАК».

На запитання в анкеті: «Чи здатна інформація «масло для дітей від 3 років», розміщена на упаковці продукції, ввести Вас в оману щодо сфери застосування продукту: що продукт є дитячим харчуванням, в той час, коли не являється таким?» - з 384 опитаних осіб 77,9 % відповіли - «ТАК».

Отже, на думку опитаних, напис «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ від 3-х років» на упаковці масла солодковершкового селянського з вітамінами 73,0 % жиру вагою 200 г виробництва ТОВ «Фуд Девелопмент» викладено у такий спосіб, що найбільше привертає увагу та створює у споживача враження, що масло призначене для споживання дітьми, отже є кращим за смаковими та споживчими якостями, оскільки зроблене за більш суворими вимогами до його виробництва та якості сировини.

Враховуючи думку конкурентів та споживачів масла солодковершкового, можна зробити висновок, що ТОВ «Фуд Девелопмент» може отримати неправомірні переваги у конкуренції, посилюючи свою конкуренту позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення на упаковках інформації, що вводить в оману і може вплинути на наміри споживачів щодо придбання саме цього масла.

Основні вимоги до етикетування харчових продуктів визначені Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» (далі - Закон) та «Технічним регламентом щодо правил маркування харчових продуктів» затвердженим Наказом Держспоживстандарту України № 487 від 28.10.2010 (надалі - Технічний регламент).

Відповідно до пункту 2 статті 39 Закону маркування харчових продуктів повинно забезпечувати споживача інформацією, яка надає йому можливість здійснити вибір харчового продукту відповідно до потреб споживача.

Пункт 5 Технічного регламенту передбачає, що **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.**

Пункт 6 Технічного регламенту передбачає, що вимоги до маркування харчових продуктів повинні забезпечувати надання споживачу необхідної, доступної достовірної та своєчасної інформації про харчовий продукт. У маркуванні, оформленні, рекламуванні харчових продуктів забороняється використання будь-якої інформації, яка вводить в оману споживача 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 Технічного регламенту передбачено наступне: «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 опис 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.

Назва харчового продукту може бути доповнена комерційною (фірмовою) назвою, яка може бути зазначена літерами латинської абетки, та/або знаком для товарів і послуг.

Комерційна (фірмова) назва продукту не характеризує продукт, його властивості, проте дає змогу відрізнити його від інших аналогічних продуктів, близьких за складом і органолептичними показниками.

Комерційна (фірмова) назва та знак для товарів і послуг не можуть замінити назву харчового продукту.

Отже, ТОВ «Фуд Девелопмент» розповсюджує на упаковці Масла «Для дітей від 3-х років» інформацію про його особливі властивості, зокрема призначення для споживання дітьми від 3-х років, в той час коли вказане масло, призначено для дорослих і дітей від 3-х років, тобто не має ніяких виняткових ознак. Така вказівка на особливі властивості харчового продукту, хоча всі подібні продукти мають такі самі властивості, зроблена з порушенням п. 5 Технічного регламенту.

В той же час, ТОВ «Фуд Девелопмент» розповсюджує на упаковці Масла «Домашнього» інформацію, яка може мати вказівку на спосіб його виробництва чи одержання, зокрема «домашнє», що є порушенням п. 5 Технічного регламенту, оскільки вказаний харчовий продукт виготовлений на виробництві.

Крім того, на упаковці Масла зазначено, що ці продукти виготовлено за ДСТУ 4399:2005.

У Національному стандарті України ДСТУ 4399:2005 «Масло вершкове. Технічні умови», який діє з 01.07.2006 року у п. 4.1. розділу 4 «Класифікація» зазначається, що: «Масло, залежно від масової частки жиру, поділяють на групи:

- вершкове масло екстра (80,0–85,0);
- вершкове масло селянське (72,5–79,9);
- вершкове масло бутербродне (61,5–72,4 %);

- топлене масло (молочний жир) (Не менше 99% (99,8%).

Тобто, зважаючи на жирність продукції, назвою, яка встановлена нормативним документом для Масла «Домашнього» є вершкове масло бутербродне, а для Масла «Для дітей від 3-х років» - вершкове масло селянське.

Листом від 12.03.2018 № 12-03/18 Товариство повідомило, що назвою Масла «Для дітей від 3-х років» є «Масло солодковершкове селянське з вітамінами 73,0 % жиру для дітей від 3-х років», а власною назвою масла «Домашнього» є «ДОМАШНЄ». Отже назви Масла доповнені комерційними назвами, які характеризують продукт та його властивості, зокрема «Домашнє» - спосіб виготовлення, а «для дітей від 3-х років» - вказує на особливі властивості продукту. Крім того, викладення власних назв на упаковках Масла відбувається таким чином, що в першу чергу звертається увага на комерційну назву такого продукту, а при більш детальному розгляді на назву, яка встановлена нормативними документами. З огляду на те, що назви встановлені нормативними документами, не можуть бути замінені комерційними назвами, оформлення упаковок Масла відбувається з порушенням п. 7 Технічного регламенту.

Одним із завдань Антимонопольного комітету України є сприяння розвитку добросовісної конкуренції. Правові засади захисту суб'єктів господарювання і споживачів від недобросовісної конкуренції визначає Закон України «Про захист від недобросовісної конкуренції». Недобросовісною конкуренцією є будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності.

Статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» визначено, що 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.

Таким чином, дії ТОВ «Фуд Девелопмент», які полягають у повідомленні невизначеному колу осіб неправдивих відомостей про продукт, зокрема внаслідок обраного способу їх викладення (розміщення напису «ДОМАШНЄ» на упаковці масла солодковершкового бутербродного 63,0 % жиру вагою 200 g (г) та розміщення на упаковці масла солодковершкового селянського з вітамінами 73,0 % жиру вагою 200 g (г) напису «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ від 3-х років», що можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання, містять ознаки порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» - поширення інформації, що вводить в оману, а саме поширення суб'єктом господарювання відомостей, які містять неправдиві дані щодо способу виготовлення та 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,

РЕКОМЕНДУЄ:

Товариству з обмеженою відповідальністю «Фуд Девелопмент» (ідентифікаційний код юридичної особи – 40395732) припинити дії, які містять ознаки порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції шляхом приведення зовнішнього оформлення упаковок масла солодковершкового бутербродного 63,0 % жиру вагою 200 г з написом «ДОМАШНЄ» ТМ «Ферма» та масла солодковершкового селянського з вітамінами 73,0 %

жиру «МАСЛО ДЛЯ ДІТЕЙ від 3-х років» виробництва ТОВ «Фуд Девелопмент» 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 двомісячний строк з дня їх отримання із наданням підтвердних документів і матеріалів.

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