



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ
ВИТЯГ З РІШЕННЯ
АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ
ПІВНІЧНОГО МІЖОБЛАСНОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ВІДДІЛЕННЯ

«14» квітня 2021 року

№ 60/29-р/к

справа № 118/60/125-рп/к.19

м. Київ

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

ТОВ «Мережа магазинів «Дніпро-М» під час здійснення діяльності на ринку надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів поширювало інформацію, що вводить в оману, а саме: розміщувало в мережі Інтернет та на фасадах магазинів власної торгової мережі інформацію про досягнення на ринку надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів та/або щодо особливих характеристик і якостей його продукції, яку воно реалізує, без належного документального підтвердження, що вплинули або можуть вплинути на намір потенційних споживачів щодо придбання товарів та/або замовлення послуг цього суб'єкта господарювання.

Вказані дії ТОВ «Мережа магазинів «Дніпро-М» визнані адміністративною колегією Північного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України порушенням, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.

На ТОВ «Мережа магазинів «Дніпро-М» накладено штраф у розмірі 68 000 грн.

Адміністративна колегія Північного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, розглянувши матеріали справи № 118/60/125-рп/к.19 про порушення товариством з обмеженою відповідальністю «Мережа магазинів «Дніпро-М» (ідентифікаційний код юридичної особи 41609173) законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбачене статтею 15-1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», та подання Першого відділу досліджень і розслідувань від 25.03.2021 № 60-03/92п-кі з попередніми висновками у зазначеній справі,

ВСТАНОВИЛА:

1. Процесуальні дії

- (1) На виконання доручення Антимонопольного комітету України від 04.06.2019 № 13-02/557 (вх. Відділення від 04.06.2019 № 137К) Київським обласним територіальним відділенням Антимонопольного комітету України здійснено дослідження щодо можливого порушення в діях товариства з обмеженою відповідальністю «Мережа магазинів «Дніпро-М» (ідентифікаційний код юридичної

особи 41609173) (надалі – ТОВ «ММ «Дніпро-М», Товариство, Відповідач) законодавства про захист від недобросовісної конкуренції під час рекламування власних товарів і послуг в торгівельній мережі та на сайті, розміщеному за посиланням <https://dnipro-m.ua/>.

- (2) З метою всебічного з'ясування обставин Київським обласним територіальним відділенням Антимонопольного комітету України було надіслано вимогу про надання інформації від 30.07.2019 № 60-02/4165. Листом від 12.08.2019 № 19 (вх. Відділення від 15.08.2019 № 60-01/2956) (надалі – Лист) Товариство надало запитувану інформацію.
- (3) За результатами проведеного дослідження Київським обласним територіальним відділенням Антимонопольного комітету України було встановлено, що дії ТОВ «ММ «Дніпро-М», які полягають у поширенні інформації про досягнення на ринку надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів та/або щодо особливих характеристик і якостей його продукції, яку воно реалізує, містять ознаки порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.
- (4) Розпорядженням адміністративної колегії Київського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України від 07.11.2019 № 60/125-рп/к розпочато розгляд справи № 118/60/125-рп/к.19 за ознаками вчинення товариством з обмеженою відповідальністю «Мережа магазинів «Дніпро-М» (ідентифікаційний код юридичної особи 41609173) порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, а саме: повідомлення ТОВ «ММ «Дніпро-М» невизначеному колу осіб неточних і неправдивих відомостей про досягнення на ринку надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів та/або щодо особливих характеристик і якостей його продукції, що воно реалізує, які можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання послуг цих суб'єктів господарювання (надалі – Справа).
- (5) Листом від 08.11.2019 № 60-02/6366 Відповідачу було надіслано копію розпорядження адміністративної колегії Відділення від 07.11.2019 № 60/125-рп/к про початок розгляду Справи.
- (6) Відповідно до розпорядження Антимонопольного комітету України від 28.11.2019 № 23-рп «Про реорганізацію територіальних відділень Антимонопольного комітету України» (зі змінами) з 02 червня 2020 року найменування Київського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України змінено на Північне міжобласне територіальне відділення Антимонопольного комітету України (надалі – Відділення).
- (7) За результатами збирання та аналізу доказів у справі № 118/60/125-рп/к.19 складено подання від 25.03.2021 № 60-03/92п-кі про попередні висновки у справі (надалі – Подання), копію якого листом від 25.03.2021 № 60-02/2282 надіслано на адресу ТОВ «ММ «Дніпро-М».
- (8) Листом від 07.04.2021 № 255 (вх. Відділення від 08.04.2021 № 60-02/1898) ТОВ «ММ «Дніпро-М» надало заперечення та зауваження на Подання.

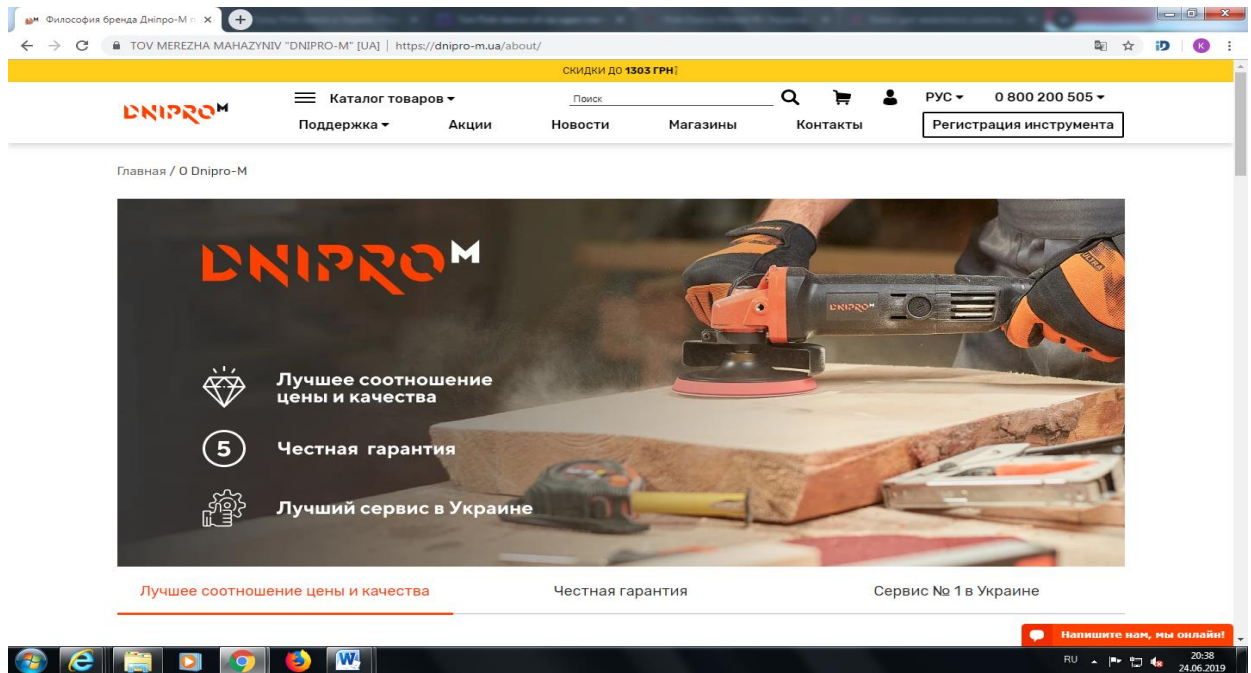
2. ВІДПОВІДАЧ

- (9) Відповідачем у справі є ТОВ «Мережа магазинів «Дніпро-М».

- (10) Відповідно до даних Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (<https://usr.minjust.gov.ua/ua/freesearch>) ТОВ «ММ «Дніпро-М» зареєстроване 22.09.2017, ідентифікаційний код юридичної особи 41609173. Місцезнаходження юридичної особи: 04080, м. Київ, вул. Кирилівська, буд. 102.
- (11) Видами діяльності Товариства за КВЕД є: 46.19 Діяльність посередників у торгівлі товарами широкого асортименту; 95.22 Ремонт побутових приладів, домашнього та садового обладнання; 46.90 Неспеціалізована оптова торгівля; 47.19 Інші види роздрібної торгівлі в неспеціалізованих магазинах (основний); 47.91 Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет.
- (12) Отже, ТОВ «ММ «Дніпро-М» є суб'єктом господарювання у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

3. ОБСТАВИНИ СПРАВИ

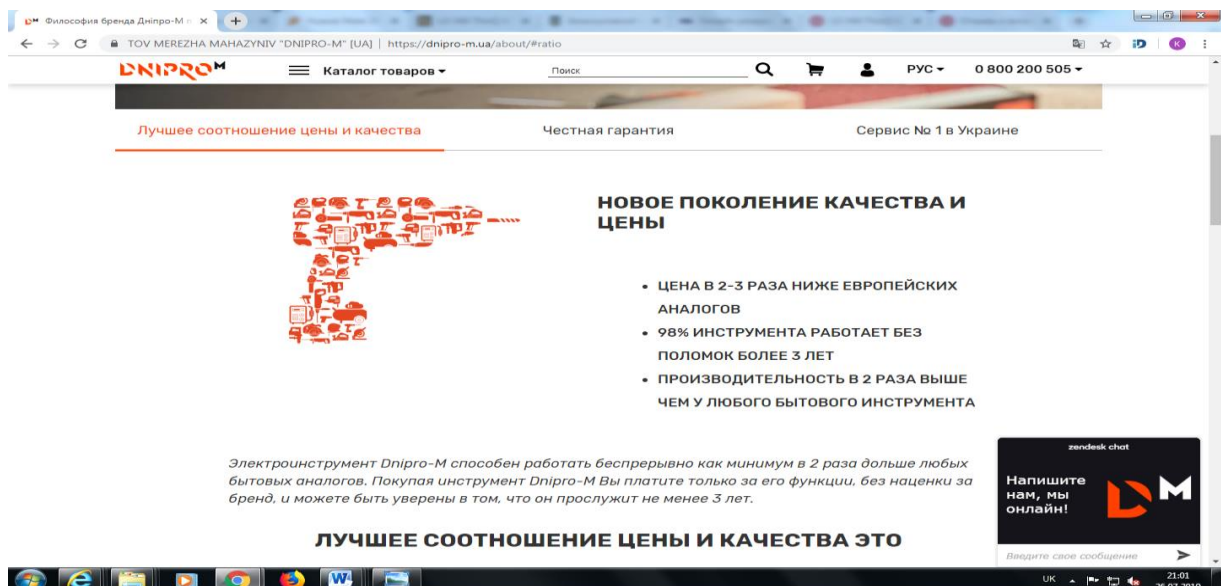
- (13) Відповідно до інформації, наданої Листом, ТОВ «ММ «Дніпро-М» здійснює діяльність з роздрібної торгівлі побутовим електроінструментом, бензотехнікою, ручним інструментом ТМ «Дніпро-М». Торгова діяльність здійснюється через мережу роздрібних магазинів по всій території України:
- м. Київ та Київська обл. – з 22.09.2017 р.;
 - м. Житомир та Житомирська обл. – з 28.11.2017 р.;
 - м. Чернівці та Чернівецька обл. – з 28.11.2017 р.;
 - м. Вінниця та Вінницька обл. – з 20.11.2018 р.;
 - м. Дніпро та Дніпропетровська обл. – з 13.03.2018 р.;
 - м. Львів та Львівська обл. – з 14.11.2018 р.;
 - м. Миколаїв та Миколаївська обл. – з 06.04.2018 р.;
 - м. Черкаси та Черкаська обл. – з 27.12.2018 р.;
 - м. Суми та Сумська обл. – з 11.05.2018 р.;
 - м. Луцьк та Волинська обл. – з 25.04.2019 р.;
 - Донецька обл. – з 12.06.2019 р.;
 - м. Запоріжжя та Запорізька обл. – з 21.05.2019 р.;
 - м. Кропивницький та Кіровоградська обл. – з 03.07.2019 р.;
 - м. Ужгород та Закарпатська обл. – з 21.05.2019 р.;
 - Луганська обл. – з 20.06.2019 р.;
 - м. Одеса та Одеська обл. – з 07.02.2019 р.;
 - м. Полтава та Полтавська обл. – з 25.02.2019 р.;
 - м. Херсон та Херсонська обл. – з 11.03.2019 р.;
 - м. Хмельницький та Хмельницька обл. – з 25.02.2019 р.;
 - м. Тернопіль та Тернопільська обл. – з 07.08.2019 р.;
 - м. Чернігів та Чернігівська обл. – з 07.02.2019 р.
- (14) Товариство здійснює рекламування та реалізацію власної продукції та послуг за допомогою сайту, що знаходиться за посиланням <https://dnipro-m.ua/> (надалі – Сайт).
- (15) Відповідно до інформації, наданої ТОВ «ММ «Дніпро-М» та ТОВ «Інтернет Інвест», реєстрантом доменного імені dnipro-m.ua є Товариство, особою, яка несе відповідальність за інформацію, розміщену на Сайті за посиланням <https://dnipro-m.ua>, є також Товариство.
- (16) За результатами огляду Сайту встановлено наступне.
- (17) У розділі «Про Dnipro-M» за посиланням <https://dnipro-m.ua/uk/about/>, яке доступне для перегляду стоаном на 14.04.2021 року, Товариство розміщує наступну інформацію: «Найкраще співвідношення ціни та якості», «Сервіс № 1 в Україні» та «Кращий сервіс в Україні» (див. Скриншот 1).



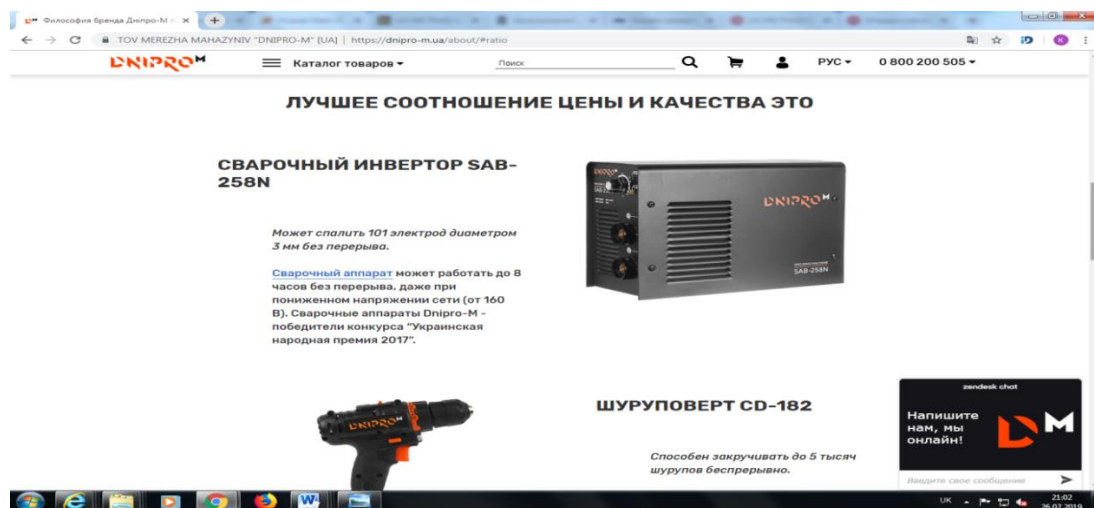
Скриншот 1.

(18) Крім того, на Сайті за посиланням <https://dnipro-m.ua/uk/about/#ratio>, яке доступне для перегляду стоаном на 14.04.2021 року, розміщено наступні відомості:

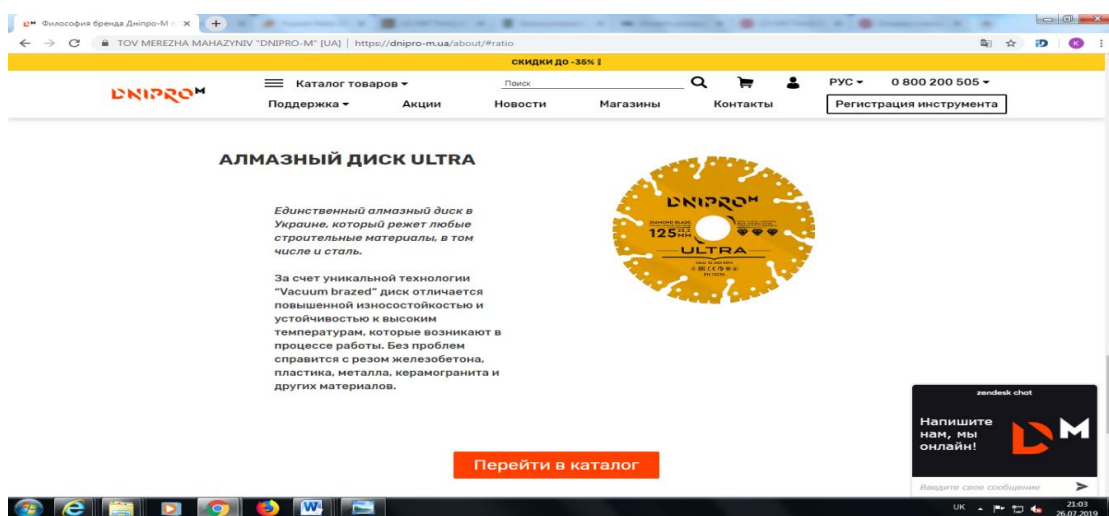
1. «Нове покоління якості та ціни:
 - Ціна в 2-3 рази нижче за європейські аналоги
 - 98% інструменту працює без поломок більше 3 років
 - Продуктивність в 2 рази вище ніж у будь-якого побутового інструменту» (мова оригіналу) (див. Скриншот 2);
2. «Електроінструмент Dnipro-M здатний працювати безперервно як мінімум у 2 рази довше будь-яких побутових аналогів. Купуючи інструмент Dnipro-M Ви платите тільки за його функції, без націнки за бренд, і можете бути впевнені в тому, що він прослужить не менше 3 років» (мова оригіналу) (див. Скриншот 2);
3. «Зварювальний апарат може працювати до 8 годин без перерви, навіть при зниженій напрузі у мережі (від 160 В). Зварювальні апарати Dnipro-M - переможці конкурсу "Українська народна премія 2017"» (мова оригіналу) (див. Скриншот 3);
4. «Єдиний алмазний диск в Україні, який ріже будь-які будівельні матеріали, в тому числі і сталь» (мова оригіналу) (див. Скриншот 4).



Скриншот 2.

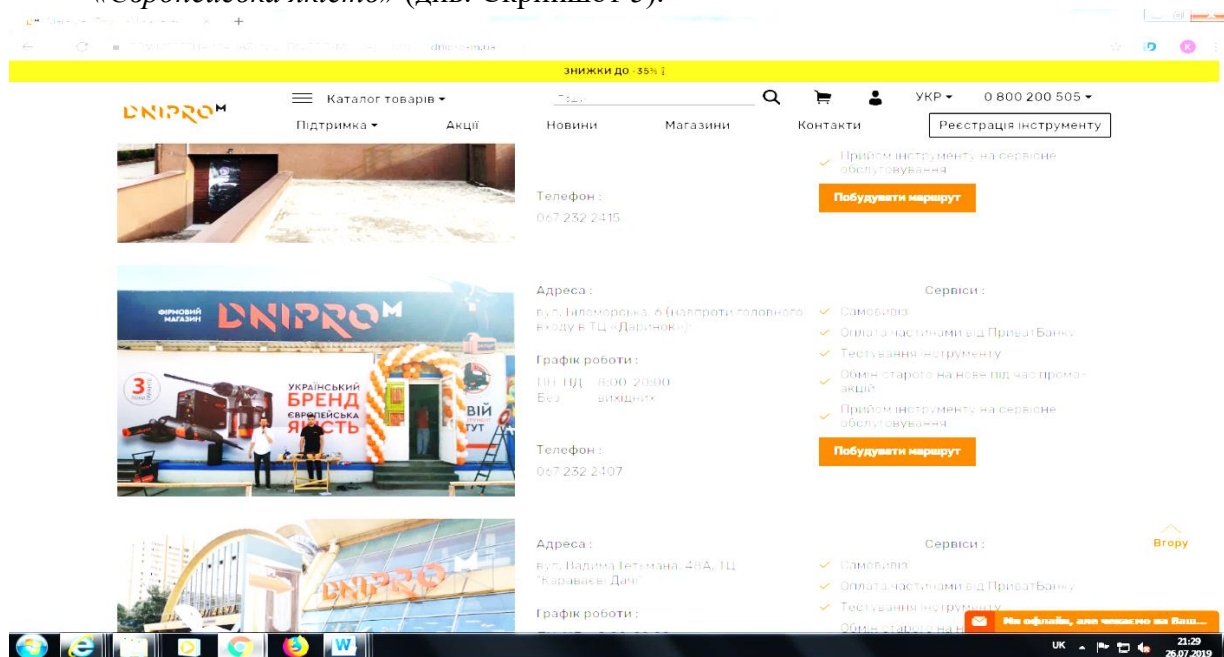


Скриншот 3.



Скриншот 4.

- (19) Разом з тим, згідно з наявною у Відділенні інформацією, а також відповідно до фотографій, розміщених на Сайті в розділі «Магазини» (<https://dnipro-m.ua/uk/shops/>), яке доступне для перегляду стоаном на 14.04.2021 року, на фасадах роздрібних магазинів власної торгової мережі Товариство розміщує інформацію «Європейська якість» (див. Скриншот 5).



Скриншот 5.

- (20) Відповідно до інформації, наданої Листом, Товариство розміщує інформацію «Європейська якість» на фасадах магазинів на підставі проведення оцінки відповідності товарів вимогам директив Європейського союзу та оформлення сертифікатів відповідності на продукцію ТМ «Dnipro-M»: зварювальні апарати, кутові шліфувальні машини, безпроводні шуруповерти, дрилі, перфоратори, електролобзики, на підтвердження чого надало копії сертифікатів відповідності продукції, декларацій про відповідність продукції та протоколів іспитів саме вказаної продукції, а не всієї, що реалізує Товариство.
- (21) Щодо твердження «Найкраще співвідношення ціни та якості» Товариство повідомило, що розміщує його на підставі перемог у національному проекті «Українська народна премія»: 2017 р. в номінації «Кращий зварювальний апарат»; 2018 р. в номінаціях – «Краща шліфмашинка», «Кращий шуруповерт», «Кращий перфоратор», «Кращий зварювальний апарат». При цьому, Товариство повідомило, що *«З точки зору споживчих характеристик продукції кращими продуктами споживачі в більшості випадків визнають ті продукти, що мають краще співвідношення ціни і якості. В зв'язку з цим, визнання споживачами інструменту Dnipro-M кращим є визнання кращого співвідношення ціни і якості цих продуктів»* (мова оригіналу). Також Товариство надало фотокопії отриманих від проекту «Українська народна премія» дипломів у вказаних номінаціях за 2017 та 2018 рік. Зазначена інформація також розміщена на сайті вказаного проекту, що знаходиться за посиланням <https://www.ukrainian-choice.com/>, у розділі «Переможці».
- (22) Разом з тим, згідно з інформацією, розміщеною за посиланням <https://www.ukrainian-choice.com/ua-about>, проект «Українська народна премія» - це *«Всеукраїнський національний проект, спрямований на визначення найкращих товарів та послуг, серед представлених на українському ринку, на основі вподобань найсправедливішого та найсуворішого журі - українських споживачів. Основна мета: визначення найкращих товарів та послуг на основі вподобань українських споживачів та нагородження їх відзнакою, яка буде підтверджувати безперечну якість та народне визнання. Переможці у номінаціях: це беззаперечні лідери у своїх галузях, які отримали народне визнання і за підсумками проведеного голосування були визнані українськими споживачами як найкращі»* (мова оригіналу).
- (23) При цьому, у розділі «Методологія дослідження», відповідно до пункту 2 Офіційного положення організації проекту (вивчення думок) Українська народна премія - 2019», завданням дослідження є визначення найкращих товарів та послуг, серед представлених на українському ринку, на основі вподобань **за загальною оцінкою (специфічні** характеристики номінантів **не вивчаються**), що свідчить про відсутність доказів того, що споживачі проводили оцінки товарів, враховуючи співвідношення ціни та якості.
- (24) Отже, у Товариства відсутнє документальне підтвердження того, що вказані інструменти ТОВ «ММ «Дніпро-М» були визнані кращими саме за критеріями якості і ціни, а не за іншими показниками (автономність, зручність у використанні тощо).
- (25) Крім того, необхідно звернути увагу, що інформацію «*Найкраще співвідношення ціни та якості*» та «*Європейська якість*» Товариство розміщує на Сайті у розділі «Про Dnipro-M», де містяться відомості про діяльність ТОВ «ММ «Дніпро-М» загалом, з огляду на що, у споживачів, в тому числі потенційних, може скластися хибне враження, що зазначена інформація стосується всіх послуг і продукції, які реалізує Товариство, а не лише окремих товарів, таких як: шліфмашинка, шуруповерт, перфоратор, зварювальний апарат, електролобзик, дріль, відповідно до наданих проектом «Українська народна премія» дипломів та наявних сертифікатів відповідності продукції стандартами Європейського союзу. Отже, така інформація є неточною.

- (26) Стосовно тверджень «Сервіс № 1 в Україні» та «Кращий сервіс в Україні» Товариство повідомило, що під терміном «Сервіс» «має на увазі гарантійне і сервісне обслуговування продукції ТМ Dnipro-M. Товариство розміщує інформацію «Сервіс № 1 в Україні» і «Кращий сервіс в Україні» на підставі перемоги у національному проекті «Українська народна премія»: 2018 р. в номінації «Краще сервісне обслуговування/ремонт електроінструменту» (мова оригіналу). Зазначена інформація також розміщена на сайті вказаного проекту, що знаходиться за посиланням <https://www.ukrainian-choice.com/>, у розділі «Переможці». Крім того, в якості додаткового підтвердження Товариство надало інформацію про відзиви споживачів щодо якості сервісу Товариства в мережі Інтернет.
- (27) Проте, згідно з інформацією, розміщеною на сайті проекту «Українська народна премія» за посиланням <https://www.ukrainian-choice.com/>, реєстрація суб'єктів господарювання-потенційних номінантів відбувається за їх бажанням, оскільки для участі у рейтингу «Українська народна премія» необхідно заповнити анкету (див. Скриншот 6, 7).

www.ukrainian-choice.com



Скриншот 6.

www.ukrainian-choice.com.ua-participation-in-the-award

Скриншот 7.

- (28) Отже, оскільки участь у рейтингу «Українська народна премія» є добровільною та у зв'язку з відсутністю у Товариства документального підтвердження того, що під час визначення переможців серед номінантів брали участь усі суб'єкти господарювання, які надають аналогічні послуги на території України, інформація «*Сервіс № 1 в Україні*» та «*Кращий сервіс в Україні*», що поширюється Товариством на Сайті, є неточною.
- (29) Щодо відомостей: «98% інструменту працює без поломок більше 3 років» у Листі Товариство зазначило, «інформація надана за результатами власної статистики гарантійних звернень. Інформація прибрана з сайту до остаточного вирішення щодо її відповідності чинному законодавству» (мова оригіналу).
- (30) Водночас, стосовно інформації «*Ціна в 2-3 рази нижче за європейські аналоги*», «*Продуктивність в 2 рази вище ніж у будь-якого побутового інструменту*», «*Електроінструмент Dnipro-M здатний працювати безперервно як мінімум у 2 рази довше будь-яких побутових аналогів. Купуючи інструмент Dnipro-M Ви платите тільки за його функції, без націнки за бренд, і можете бути впевнені в тому, що він прослужить не менше 3 років*» Товариство повідомило, що «дані були сформовані на підставі тестів деяких аналогів інших торговельних марок. ТОВ «Мережа магазинів «Дніпро-М» не проводило тестів зі всіма можливими аналогами, які є в світі, і на даний час усвідомлює, що такі твердження є перебільшенням і тому така інформація на даний час видалена з сайту <https://dnipro-m.ua>» (мова оригіналу).
- (31) Також, щодо тверджень «*Зварювальний апарат може працювати до 8 годин без перерви, навіть при зниженій напрузі у мережі (від 160 В)*». Зварювальні апарати

Dnipro-M - переможці конкурсу "Українська народна премія 2017"» та «Єдиний алмазний диск в Україні, який ріже будь-які будівельні матеріали, в тому числі і сталь» у Листі Товариство зазначило, що «на даний час проводить власний тест безперервної роботи зварювального апарату Dnipro-M під навантаженням з абсолютною безперервністю як з безкінечним електродом. <...> ТОВ «Мережа магазинів «Дніпро-М» готове провести необхідні офіційні і незалежні тести власної продукції. <...> Також ТОВ «Мережа магазинів «Дніпро-М» веде переговори з технічними лабораторіями щодо незалежного професійного технічного тестування диску Dnipro-M Ultra на предмет можливості різати будь-які будівельні матеріали» (мова оригіналу).

- (32) Отже, вищевказана інформація, є неправдивою, оскільки наразі Товариство не має необхідних підтвердних документів (результати випробувань, технічні тестування тощо), які б свідчили про наявність у вказаної продукції заявлених характеристик.

4. ОБСТАВИНИ СПРАВИ, ВСТАНОВЛЕНІ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ОПИТУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

- (33) У свою чергу, відповідне зазначення неточних та неправдивих відомостей стосовно досягнень Товариства на ринку надання послуг з сервісного обслуговування та/або щодо особливих характеристик і якостей його продукції здатне привернути увагу потенційних споживачів, та є додатковим стимулом для придбання товарів і послуг саме у ТОВ «ММ «Дніпро-М».
- (34) Для підтвердження зазначеної інформації Відділенням було проведено опитування з метою аналізу сприйняття потенційними споживачами (покупцями) інформації, розміщеної ТОВ «Мережа магазинів «Дніпро-М» на фасадах роздрібних магазинів власної торгової мережі та в мережі Інтернет, зокрема на сайті, що знаходиться за посиланням <https://dnipro-m.ua/>. Під час проведення анкетування опитано 103 споживачів різних вікових та гендерних груп із різних районів м. Києва, з огляду на поширеність магазинів Товариства (аналогічні товари та послуги надають по всій території України різні суб'єкти господарювання).
- (35) Відповідно до результатів опитування більшість респондентів – 67,96% (70 опитаних) вважають, що рекламна інформація, яка поширюється Товариством, зокрема: «Найкраще співвідношення ціни та якості», «Сервіс № 1 в Україні», «Європейська якість», «Ціна в 2-3 рази нижче за європейські аналоги», «98% інструменту працює без поломок більше 3 років», «Продуктивність в 2 рази вище ніж у будь-якого побутового інструменту», «здатний працювати безперервно як мінімум у 2 рази довше будь-яких побутових аналогів», «переможці конкурсу "Українська народна премія 2017"», «Єдиний алмазний диск в Україні, який ріже будь-які будівельні матеріали», привертає їх увагу.
- (36) При цьому, 81,55 % (84 респондента) вказали, що вказана вище рекламна інформація про досягнення на ринку надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів та/або щодо особливих характеристик і якостей його продукції, може вплинути на їх наміри щодо обрання магазинів ТОВ «ММ «Дніпро-М» для купівлі електроінструментів.
- (37) На думку 77,73% учасників анкетування (78 опитаних), інформація «Найкраще співвідношення ціни та якості» та «Європейська якість», розміщена на Сайті у розділі «Про Dnipro-M», де містяться відомості про діяльність ТОВ «ММ «Дніпро-М» загалом, стосується всіх послуг і продукції, які реалізує Товариство, а не лише окремих товарів.

- (38) На думку 95,15 % опитаних (98 респондентів), інформація «[Сервіс № 1 в Україні](#)» і «Кращий сервіс в Україні» свідчить про те, що під час визначення переможців серед номінантів брали участь усі суб'єкти господарювання, які надають аналогічні послуги на території України.
- (39) Згідно з відповідями 91 респондента (88,35 % опитаних), рекламна інформація, зокрема: «98% інструменту працює без поломок більше 3 років», «Продуктивність в 2 рази вище ніж у будь-якого побутового інструменту», «здатний працювати безперервно як мінімум у 2 рази довше будь-яких побутових аналогів», «Єдиний алмазний диск в Україні, який ріже будь-які будівельні матеріали» поширюється Товариством на підставі відповідних підтвердних документів (результатів випробувань, технічних тестувань тощо).
- (40) Таким чином, відповідно до результатів опитування, на думку більшості опитаних, спосіб викладення Товариством інформації про досягнення на ринку надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів та/або щодо особливих характеристик і якостей продукції, що реалізує Товариство, спонукає потенційних споживачів сприймати поширену інформацію як достовірні відомості, які підтверджуються відповідними документами.
- (41) Крім того, за результатами опитування встановлено, що спірна інформація, яка поширюється (-валась) Товариством, може вплинути на наміри потенційних споживачів придбати товари (електроінструменти) саме у ТОВ «ММ «Дніпро-М».
- (42) Отже, мотивація ТОВ «ММ «Дніпро-М» ґрунтується на можливості привернути увагу потенційного покупця і передбачити його поведінку, коли спосіб викладення Товариством інформації про досягнення на ринку надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів та/або щодо особливих характеристик і якостей власної продукції, створює умови для виникнення у покупця хибного враження про можливість придбати найбільш якісні товари та отримати послуги у Товариства на більш вигідних умовах порівняно з іншими суб'єктами господарювання, що здійснюють аналогічну діяльність та є конкурентами Відповідача.
- (43) Таким чином, рекламуючи власні послуги та розповсюджуючи неточні і неправдиві відомості про лідерські позиції продукції та послуг Товариства, які не мають належного документального підтвердження та не є об'єктивними, Товариство поширює інформацію, яка може ввести в оману, внаслідок чого Відповідач може отримати неправомірні переваги на ринку порівняно із конкурентами.

5. ОБСТАВИНИ ВСТАНОВЛЕНІ У ХОДІ ОТРИМАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ВІД ТРЕТІХ ОСІБ

- (44) Ринок надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів в Україні є конкурентним, представлений широким асортиментом товарів і послуг різних суб'єктів господарювання, зокрема ТОВ «Макіта Україна», ТОВ «Демікс», ФОП Півень Є.В., ТОВ «АМТ Трейд», ТОВ «Роберт Бош ЛТД», ТОВ «МЕТАБО УКРАЇНА», ТОВ «ХІЛТІ (УКРАЇНА) ЛТД» та іншими.
- (45) В умовах конкуренції на ринку реалізації електроінструментів та надання послуг з сервісного обслуговування електроінструментів, поширення Товариством інформації про його досягнення на вказаному ринку та/або щодо особливих характеристик і якостей його продукції, за умови відсутності об'єктивного підтвердження зазначеної інформації, може вплинути на наміри споживачів стосовно придбання послуг саме у зазначених суб'єктів господарювання, а інші учасники цього ринку можуть втратити своїх потенційних споживачів.

- (46) З метою повного, об'єктивного, всебічного розгляду справи та з огляду на конкурентність ринку надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів в Україні, Відділенням було опитано суб'єктів господарювання, які здійснюють діяльність, аналогічну до тієї, які здійснює Товариство.
- (47) Так, один із конкурентів ТОВ «ММ «Дніпро-М», товариство з обмеженою відповідальністю «Макіта Україна» (надалі – ТОВ «Макіта Україна»), у листі від 09.09.2020 № 20200909 (вх. Відділення від 15.09.2020 № 60-01/3409) зазначило, що інформація стосовно особливих характеристик і якостей його продукції, яку Товариство розміщує на власному вебсайті, а також твердження «Найкраще співвідношення ціни та якості», «Сервіс № 1 в Україні» та «Кращий сервіс в Україні», «Європейська якість», яку ТОВ «ММ «Дніпро-М» поширює на фасадах власних магазинів та в мережі Інтернет, *«... може вплинути на наміри потенційних споживачів щодо придбання товарів/послуг саме у ТОВ «Мережа магазинів «Дніпро-М» (мова оригіналу).*
- (48) Крім того, ТОВ «Макіта Україна» повідомило, що існує вірогідність того, що зазначена інформація про товари і послуги Товариства, *«... якщо вона розміщена на фасадах роздрібних магазинів власної торгової мережі ТОВ «Мережа магазинів «Дніпро-М»/якщо вона розміщена на вебсайті ТОВ «Мережа магазинів «Дніпро-М», може створювати враження про те, що його товари та послуги реалізуються виключно за європейськими стандартами/з найкращим співвідношенням ціни та якості порівняно з товарами та послугами того самого роду інших продавців» (мова оригіналу).*
- (49) [Інформація з обмеженим доступом]
- (50) [Інформація з обмеженим доступом]
- (51) [Інформація з обмеженим доступом]
- (52) [Інформація з обмеженим доступом]
- (53) [Інформація з обмеженим доступом]
- (54) [Інформація з обмеженим доступом]
- (55) [Інформація з обмеженим доступом]
- (56) [Інформація з обмеженим доступом]
- (57) [Інформація з обмеженим доступом]
- (58) [Інформація з обмеженим доступом]
- (59) [Інформація з обмеженим доступом]
- (60) [Інформація з обмеженим доступом]
- (61) Враховуючи вказане, поширювана Відповідачем інформація сприяє формуванню у споживачів (потенційних споживачів) думки, про те, що лише ТОВ «ММ «Дніпро-М» може надавати якісні послуги з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів в Україні, а імідж, що створюється, здатен приваблювати потенційних клієнтів, що в свою чергу дає можливість збільшувати відвідуваність магазинів Товариства, внаслідок чого зазначений суб'єкт господарювання може

підвищувати споживчий попит на власні товари і послуги, зміцнити своє становище на ринку, розширити сферу своєї діяльності без здійснення будь-яких додаткових витрат та отримати додатковий прибуток, не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неточної та неправдивої інформації.

6. ЗАПЕРЕЧЕННЯ ВІДПОВІДАЧА ТА ЇХ СПРОСТУВАННЯ

- (62) За результатами збирання та аналізу доказів у справі № 118/60/125-рп/к.19 складено подання від 25.03.2021 № 60-03/92п-кі про попередні висновки у справі, копію якого листом від 25.03.2021 № 60-02/2282 надіслано на адресу ТОВ «ММ «Дніпро-М».
- (63) Листом від 07.04.2021 № 255 (вх. Відділення від 08.04.2021 № 60-02/1898) ТОВ «ММ «Дніпро-М» надало заперечення та зауваження на Подання, які полягають у наступному.
- (64) Товариство повідомило, що *«В пункті (18) подання з попередніми висновками у справі №118/60/125-рп/к.19 (далі - Подання) АМКУ звертає увагу на те, що при вказанні сертифікати присутні тільки на зазначені категорії продукції, а не на всю продукцію, що реалізує Товариство. Проте, Товариство звертає увагу АМКУ, що сертифікація продукції є досить тривалим і складним процесом, а також на те, що під Директиви Європейського союзу підпадають не всі види продукції, а тільки ті, що зазначені в таких Директивах. Тим не менше, продукція ТМ Dnipro-M продовжує проходити сертифікацію на відповідність Директивам Європейського союзу та станом на дату цього листа перелік продукції, що сертифікована відповідно до Директив Європейського союзу, значно розширений <...> з метою виключення можливості подальшого багатозначного трактування фрази «Європейська якість» видалило її з сайту та фасадів магазинів, чим фактично припинило можливе порушення ст. 15-1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»» (мова оригіналу).*
- (65) Як вже зазначалось, інформацію «Європейська якість» Товариство розміщувало, в тому числі на Сайті у розділі «Про Dnipro-M», де містяться загальні відомості про діяльність ТОВ «ММ «Дніпро-М», з огляду на що, у споживачів, в тому числі потенційних, може скластися хибне враження, що зазначена інформація стосується всіх послуг і продукції, які реалізує Товариство, а не лише окремих товарів. Оскільки на момент розміщення Товариством твердження «Європейська якість» не всі категорії товарів були сертифіковані відповідно до Директив Європейського союзу, а будь-які уточнення щодо переліку товарів, які отримали таку сертифікацію, Товариством не повідомлялись, інформація «Європейська якість» є неточною.
- (66) Товариство зазначило, що *«як показує практика, більшість споживачів визначають кращу продукцію в першу чергу з точки зору співвідношення головних споживчих характеристик продукції, а саме якості і ціни. В зв'язку з цим, на думку Товариства, перемога інструменту ТМ Dnipro-M у відповідних номінаціях Української народної премії є визнанням того, що ці споживчі характеристики у продукції ТМ Dnipro-M є, на думку споживачів, кращими. В п. (21) Подання АМКУ зазначає, що завданням дослідження проекту «Українська народна премія» є визначення найкращих товарів та послуг, серед представлених на українському ринку, на основі вподобань за загальною оцінкою (специфічні характеристики номінантів не визначаються), що свідчить про відсутність доказів того, що споживачі проводили оцінки товарів, враховуючи співвідношення ціни та якості. В той же час Товариство вимушено наголосити, що це також не є доказами того, що споживачі проводили оцінки саме за іншими характеристиками та без врахування ціни та якості. Твердження, що споживачі визнають будь-яку продукцію взагалі та продукцію ТМ Dnipro-M зокрема в більшості за співвідношенням ціни і якості, підтверджується також опитуванням,*

яке в квітні 2020 року було проведено Товариством на власному каналі в популярному відеохостингу Ютуб (www.youtube.com). Глядачам та споживачам було запропоновано в коментарях до відео (посилання на відео: <https://www.youtube.com/watch?v=fWokgBeWRZg&t=1s>) залишити свою відповідь на питання: «За що саме ви любите продукцію ТМ Dnipro-M». При групуванні за категоріями лідерами є «Якість» (46%) та «Ціна» (19%), що свідчить про те, що головними критеріями для споживачів є якість і ціна продукції, і саме за ці споживчі характеристики більшість споживачів обирають продукцію ТМ Dnipro-M. <...> з метою виключення можливості подальшого багатозначного трактування фрази «Найкраще співвідношення ціни і якості» видалило її з сайту та фасадів магазинів, чим фактично припинило можливе, з точки зору АМКУ, порушення ст.15-1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (мова оригіналу).

- (67) Зазначене спростовується наступним.
- (68) Товариством не надано підтвердних документів, що переважна більшість споживачів визначають кращу продукцію в першу чергу з точки зору співвідношення якості і ціни. Результати опитування, проведеного Товариством, не можуть бути прийняті до уваги, оскільки запропоноване питання «За що саме ви любите продукцію ТМ Dnipro-M?» передбачає те, що респонденти вже користувались товарами Товариства, а відповіді тих, хто є лише потенційними споживачами, на намір яких може безпосередньо вплинути напис «Найкраще співвідношення ціни та якості» під час придбання відповідної продукції, в даному опитуванні будуть необ'єктивними.
- (69) При цьому, Відділенням не зазначалось, що споживачі проводили оцінки виключно за іншими характеристиками та без врахування ціни та якості. Твердження Товариства, що ціна та якість є головними споживчими характеристиками, та саме за ціною та якістю оцінюються товари в національному проекті «Українська народна премія», не може бути прийняте Відділенням до уваги, оскільки спростовується безпосередньо умовами цього проекту, а саме «Методологією дослідження», відповідно до пункту 2 Офіційного положення організації проекту (вивчення думок) Українська народна премія», згідно з яким завданням дослідження є визначення найкращих товарів та послуг, серед представлених на українському ринку, на основі вподобань за загальною оцінкою (специфічні характеристики номінантів не вивчаються), що свідчить про відсутність доказів того, що споживачі проводили оцінки товарів, враховуючи співвідношення ціни та якості.
- (70) Товариство повідомило, що «В своєму листі №19 від 12.08.2019 р. Товариство зазначало, що під терміном «Сервіс» ТОВ «Мережа магазинів «Дніпро-М» має на увазі гарантійне і сервісне обслуговування продукції ТМ Dnipro-M. Товариство розміщувало інформацію «Сервіс №1 в Україні» і «Кращий сервіс в Україні» на підставі перемоги у національному проекті «Українська народна премія» в 2018 р. в номінації: «Краще сервісне обслуговування/ремонт електроінструменту». Товариство також вважає за необхідне додати, що кожного року продовжує брати участь у проекті «Українська народна премія» і, при цьому, ТМ Dnipro-M продовжує отримувати перемоги в номінації «Сервісне обслуговування/ремонт електроінструменту» в 2019 та 2020 роках, що свідчить про визнання споживачами сервісу електроінструменту ТМ Dnipro-M кращим. Крім того, за результатами вищезазначеного опитування, проведеного в квітні 2020 року, можна побачити, що серед найбільш популярних споживчих якостей, які були зазначені споживачами, на третьому місці є сервіс. Це означає не тільки, що «сервіс» є одним з найважливіших критеріїв вибору споживачами продукції, але й те, що продукція ТМ Dnipro-M виділяється в тому числі і за цим критерієм. Також, ТОВ «Українська народна премія» надало Товариству певні деталі стосовно перемоги ТМ DNIPRO-M у номінації

«Сервісне обслуговування ремонт електроінструменту». Відповідно до цих даних в цій номінації DNIPRO-M приймали участь такі бренди: Bosch, Makita, Metabo, Einhell, виробниками продукції яких є потужні іноземні компанії, які працюють на ринках більшості країн світу, які широко відомі споживачам та змагаються за визнання споживачів з якими дуже складно. <...> з метою виключення можливості подальшого багатозначного трактування фраз «Сервіс №1 в Україні» та «Кращий сервіс в Україні» видалило їх з сайту та фасадів магазинів, чим фактично припинило можливе порушення ст.15-1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (мова оригіналу).

- (71) Щодо вказаного повідомляємо наступне.
- (72) Як вже зазначалось, оскільки участь у рейтингу «Українська народна премія» є добровільною та у зв'язку з відсутністю у Товариства документального підтвердження того, що під час визначення переможців серед номінантів брали участь усі суб'єкти господарювання, які надають аналогічні послуги на території України, інформація «Сервіс № 1 в Україні» та «Кращий сервіс в Україні», що поширюється Товариством, є неточною.
- (73) Вказане підтверджується також і даними, наданими самим Товариством, згідно з якими в цій номінації окрім торгової марки DNIPRO-M приймали участь такі бренди: Bosch, Makita, Metabo, Einhell. Разом з тим, згідно з наявною у Відділенні інформацією, ринок надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів в Україні представлений й іншими суб'єктами господарювання, які не брали участь у вказаному проєкті та їх товари і послуги не оцінювались, проте за рівних умов вони також могли бути переможцями в номінації «Сервісне обслуговування/ремонт електроінструменту», що виключає об'єктивність застосування фраз «Сервіс №1 в Україні» та «Кращий сервіс в Україні» до Товариство за вказаних умов. Таким чином, інформація «Сервіс № 1 в Україні» та «Кращий сервіс в Україні», що поширювалася Товариством, є неточною.
- (74) Водночас, Товариство вказало, що *«В пункті (59) Подання АМКУ зазначає, що поширювана Товариством інформація сприяє формуванню у споживачів (потенційних споживачів) думки про те, що лише Товариство може надавати якісні послуги з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів в Україні. Товариство вважає за необхідне наголосити та просить АМКУ врахувати, що Товариство жодного разу не заявляло у своїх рекламних засобах, що воно є єдиним суб'єктом господарювання, який надає якісні послуги сервісного обслуговування, і що інші такі суб'єкти відсутні на ринку України, тому твердження про те, що Товариство сприяє формуванню такої думки у споживачів, Товариство вважає неточним та непідтвердженим»* (мова оригіналу).
- (75) Щодо вказаного повідомляємо, що позначення «№1» та слово «кращий» розуміють під собою попереднє порівняння схожих за своїми функціями, якостями товарів/послуг. Так, характеристика «кращий» передбачає, що інші учасники ринку надають послуги, що є дещо гіршими за певними критеріями, ніж ті, що надає Товариство. Так, за відсутності уточнень щодо умов проведення оцінювання, споживач не має повної та достатньої інформації.
- (76) Крім того, Товариство зазначило, що *«у Товариства відсутня інформація щодо будь-якого фактичного впливу в результаті вчинення вищезазначених дій на конкуренцію на ринку України. Також у листах АМКУ та в Поданні АМКУ не вказано на будь-які дані, які б свідчили про обмеження чи спотворення конкуренції, чи завдання будь-яких значних і реальних збитків окремим особам чи суспільству»* (мова оригіналу).

- (77) Стосовно зазначеного повідомляємо наступне.
- (78) Згідно з пунктом 14 постанови Пленуму Вищого господарського суду України від 26.12.2011 № 15 «Про деякі питання практики застосування конкурентного законодавства» (далі – Постанова Пленуму ВГСУ) для кваліфікації дій суб'єктів господарювання як недобросовісної конкуренції не є обов'язковим з'ясування настання наслідків у формі відповідно недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, ущемлення інтересів інших суб'єктів господарювання (конкурентів, покупців) чи споживачів, зокрема через заподіяння їм шкоди (збитків) або іншого реального порушення їх прав чи інтересів, чи настання інших відповідних наслідків. Достатнім є встановлення самого факту вчинення дій, визначених законом як недобросовісна конкуренція, або можливості настання зазначених наслідків у зв'язку з відповідними діями таких суб'єктів господарювання (статті 4, 6, 8, 15-1, 16, 17 і 18 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»).
- (79) З огляду на зазначене, для кваліфікації дій Товариства як порушення статті 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» Відділення не зобов'язане доводити настання наслідків у формі отримання Товариством неправомірних переваг у конкуренції, іншого реального порушення прав чи інтересів інших суб'єктів господарювання чи споживачів тощо.

7. КВАЛІФІКАЦІЯ ДІЙ ВІДПОВІДАЧА ТА ВИСНОВКИ У СПРАВІ.

- (80) Відповідно до статті 1 Закону України «Про рекламу», 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.
- (81) 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.
- (82) Відповідно до статті 26 Закону, 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.
- (83) Відповідно до частини першої статті 1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», недобросовісною конкуренцією є будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності.
- (84) Статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» визначено, що 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.

- (85) *Таким чином, дії ТОВ «ММ «Дніпро-М», які полягають у поширенні на Сайті та на фасадах мережі фірмових магазинів інформації про досягнення на ринку надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів та/або щодо особливих характеристик і якостей продукції, яку воно реалізує, є порушенням законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, а саме: повідомлення ТОВ «ММ «Дніпро-М» невизначеному колу осіб неточних і неправдивих відомостей про досягнення на ринку надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів та/або щодо особливих характеристик і якостей продукції, яку воно реалізує, що може вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів, робіт, послуг цього суб'єкта господарювання.*

8. ВИЗНАЧЕННЯ РОЗМІРУ ШТРАФУ

- (86) Статтею 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» передбачено, що органи Антимонопольного комітету України у справах про недобросовісну конкуренцію приймають обов'язкові для виконання рішення, зокрема, про визнання факту недобросовісної конкуренції, припинення недобросовісної конкуренції, накладання штрафів.
- (87) Згідно з частиною першою 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.
- (88) Накладення штрафу здійснюється відповідно до частини третьої-сьомої статті 52 Закону України «Про захист економічної конкуренції».
- (89) [Інформація з обмеженим доступом]
- (90) При визначенні розміру пропонуємо штрафу враховати наступне:
- порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції з боку ТОВ «ММ «Дніпро-М» Відділенням виявлено вперше.

Враховуючи викладене, керуючись статтями 7, 12¹, 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 48 та 52 Закону України «Про захист економічної конкуренції», пунктами 3, 11 Положення про територіальне відділення Антимонопольного комітету України, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 23 лютого 2001 року № 32-р, зареєстрованого у Міністерстві юстиції України 30 березня 2001 року за № 291/5482 (із змінами), пунктом 32 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року № 5, зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 6 травня 1994 року за № 90/299 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29 червня 1998 року № 169-р) (із змінами), адміністративна колегія Північного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України

ПОСТАНОВИЛА:

1. Визнати, що товариство з обмеженою відповідальністю «Мережа магазинів «Дніпро-М» (ідентифікаційний код юридичної особи 41609173) вчинило порушення, передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, а саме: повідомлення ТОВ «ММ «Дніпро-М» невизначеному колу осіб неточних і неправдивих відомостей про досягнення на ринку надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів та/або щодо особливих характеристик і якостей продукції, яку воно реалізує, що може вплинути на наміри цих осіб щодо придбання послуг цих суб'єктів господарювання.

2. За порушення, визначене у пункті 1 резолютивної частини цього рішення, накласти на товариство з обмеженою відповідальністю «Мережа магазинів «Дніпро-М» (ідентифікаційний код юридичної особи 41609173) штраф у розмірі 68 000 (шістдесят вісім тисяч) гривень.

3. Зобов'язати товариство з обмеженою відповідальністю «Мережа магазинів «Дніпро-М» (ідентифікаційний код юридичної особи 41609173) у двомісячний строк з дня одержання цього рішення припинити дії, які без належного підтвердження є порушенням, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, а саме: повідомлення ТОВ «ММ «Дніпро-М» невизначеному колу осіб неточних і неправдивих відомостей про досягнення на ринку надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів та/або щодо особливих характеристик і якостей продукції, яку воно реалізує, що може вплинути на наміри цих осіб щодо придбання послуг цих суб'єктів господарювання, шляхом приведення відомостей, які розміщуються на фасадах роздрібних магазинів власної торгової мережі та в мережі Інтернет, зокрема на сайті, що знаходиться за посиланням <https://dnipro-m.ua/>, у відповідність до вимог законодавства та забезпечення споживачів повною, точною і достовірною інформацією щодо досягнення на ринку надання послуг з сервісного обслуговування та реалізації електроінструментів та/або щодо особливих характеристик і якостей продукції, яку реалізує ТОВ «ММ «Дніпро-М», про що повідомити Відділення з наданням підтвердних документів протягом п'яти днів з дня виконання цього зобов'язання.

Штраф підлягає сплаті у двомісячний строк з дня одержання рішення про накладення штрафу.

Відповідно до частини восьмої статті 56 Закону України «Про захист економічної конкуренції» протягом п'яти днів з дня сплати штрафу суб'єкт господарювання зобов'язаний надіслати до Північного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України документ, що підтверджує сплату штрафу.

Рішення може бути оскаржено до господарського суду у двомісячний строк з дня одержання рішення.

Головуючий адміністративної колегії

П. КУЗИК