



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ ПІВНІЧНОГО МІЖОБЛАСНОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ВІДДІЛЕННЯ

«07» жовтня 2021 року

№ 60/80-р/к

справа № 346/102-р-02-06-09

м. Київ

*Про закриття провадження
у справі*

Адміністративна колегія Північного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, розглянувши матеріали справи № 346/102-р-02-06-09, розпочатої за ознаками вчинення товариством з обмеженою відповідальністю «Електро-Ком-Центр» (попередня назва – ТОВ «Ельдорадо-Центр») (м. Київ, вул. Глибочицька, буд. 44; ідентифікаційний код юридичної особи 32829952) порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, та подання Третього відділу досліджень і розслідувань від 02.08.2021 № 60-03/186п,

ВСТАНОВИЛА:

На виконання доручення Антимонопольного комітету України від 14.08.2009 до № 12-01/7000 Київським обласним територіальним відділенням Антимонопольного комітету України (далі – КОТВ АМКУ) було проведено дослідження щодо дотримання вимог законодавства про захист від недобросовісної конкуренції з боку товариства з обмеженою відповідальністю «Ельдорадо-Центр» (далі – ТОВ «Ельдорадо-Центр», Товариство).

ТОВ «Ельдорадо-Центр» зареєстроване рішенням Шевченківської районної у місті Києві державної адміністрації 18.03.2004, основним видом діяльності є торгівля електротоварами, радіо- та телеапаратурою, засобами звуко- та відеозапису. Реалізація товарів здійснюється Товариством на підставі договору комісії, укладеного з товариством з обмеженою відповідальністю «Ельдорадо-Інвест» (далі – ТОВ «Ельдорадо-Інвест») (м. Київ).

Згідно зі статутом ТОВ «Ельдорадо-Центр» учасниками товариства є товариство з обмеженою відповідальністю «Ельдорадо-Холдінг» (м. Київ) та ТОВ «Ельдорадо-Інвест» (м. Київ).

У травні 2009 року ТОВ «Ельдорадо-Інвест» змінило назву на ТОВ «Профін-Ком». Отже, ТОВ «Ельдорадо-Центр» та ТОВ «Профін-Ком» пов'язані відносинами контролю у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» і входять до складу групи, що визнається єдиним суб'єктом господарювання (далі - Суб'єкт господарювання).

Відповідно до витягу з Єдиного державного реєстру юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, наданого Печерською районною в місті Києві державною адміністрацією листом від 14.11.2011 № 7945/511, товариство з обмеженою відповідальністю «Ельдорадо-Центр» (ідентифікаційний код юридичної особи 32829952)

змінило назву на товариство з обмеженою відповідальністю «Електро-Ком-Центр» (ідентифікаційний код юридичної особи 32829952).

В ході дослідження ринку реклами в літку 2009 року КОТВ АМКУ було виявлено проведення Суб'єктом господарювання акції. У зв'язку з чим, КОТВ АМКУ надіслано Суб'єкту господарювання вимогу про надання інформації від 28.08.2009 № 02-06/1871 для встановлення дійсних обставин проведення акції.

За результатами аналізу отриманої інформації встановлено, що Суб'єкт господарювання в літку 2009 року проводив наступні акції: «День народження першого магазину Ельдорадо» та «Даруємо 50% вартості» (див. фотокопії 1 та 2), про що було складений відповідний акт.



Фотокопія 1. Макет інформаційної газети з рекламною інформацією ТОВ «Ельдорадо-Центр»



Фотокопія 2. Макет інформаційної газети з рекламною інформацією ТОВ «Ельдорадо-Центр»

Як повідомило ТОВ «Ельдорадо-Центр», інформація про акції для покупців Київської області була розміщена в інформаційній газеті, яка розповсюджувалась в період з 15.06.2009 по 30.06.2009, на сайті Суб'єкта господарювання в період з 15.06.2009

по 19.07.2009, а також транслювалась по телебаченню на каналах «Тоніс», «ТЕТ», «СТБ», «НТН», «Інтер», «ІСТV», «1+1» в період з 22.06.2009 по 26.06.2009.

За результатами аналізу поліграфічних рекламних матеріалів щодо проведення зазначених акцій встановлено, що вони містять такі відомості: в верхній частині першої сторінки великими літерами зазначено «На честь дня народження першого магазину Ельдорадо! Даруємо 50% вартості». Також, розміщені фотографії товарів, які є акційними зі зазначенням назв товару, ціни, «звичайної ціни», знижки та «купон». Поряд з кожним товаром зазначено «суперціна». Крім того, з правого боку понад кромкою маленьким шрифтом міститься наступна інформація: «Товар сертифікований. Кількість товару обмежена, акція діє з 15 по 30 червня 2009 р. Ціни дійсні з 15 по 30 червня 2009 р. З 15.06.09 по 30.06.09 при здійсненні покупки від 40 гривень, покупцю видаються купони (по 0,06 грн) на 50% від вартості покупки. Під подарунком розуміється право покупця на отримання купонів на знижку для наступної покупки товару в період з 01.07.09 по 19.07.09 не більше 10% або 20% від вартості товару».

В телевізійній рекламі повідомлялось, зокрема, що «На честь дня народження першого магазину Ельдорадо! Даруємо 50% вартості», «Ціни дійсні з 22.06.2009 по 30.06.2009 при здійсненні покупки від 40 гривень, покупцю видаються купони на 50% від вартості покупки. Під подарунком розуміється право покупця на отримання купонів на знижку для наступної покупки товару в період з 01.07.09 по 19.07.09 не більше 10% або 20% від вартості товару...».

За результатами аналізу розповсюджених відомостей щодо проведення акцій «День народження першого магазину Ельдорадо» та «Даруємо 50% вартості» встановлено наступне:

- оскільки відомості про акції «День народження першого магазину Ельдорадо» та «Даруємо 50% вартості» надавалися разом, тобто в одному рекламному проспекті або в одному рекламному ролику, потенційному покупцю було складно встановити в якій саме акції він приймає участь і який акційний товар реалізується за такою акцією;

- в рекламних матеріалах зазначаються різні періоди проведення акцій, а саме в деяких матеріалах з 15.06.2009, а в телевізійному рекламному ролику з 22.06.2009, тому складно визначати, яка акція в який період проводиться;

- як впливає з назв акцій «День народження першого магазину Ельдорадо» та «Даруємо 50% вартості», а також акційних рекламних матеріалів, покупець під час проведення акцій повинен отримати подарунок. Подарунком є безкоштовне отримання грошової суми, товару, або послуги (роботи) від іншої особи. Суб'єкт господарювання в рекламних матеріалах зазначає, що «Під подарунком розуміється право покупця на отримання купонів на знижку для наступної покупки товару в період з 01.07.09 по 19.07.09 не більше 10% або 20% від вартості товару». Право на знижку фактично відображається в отриманні покупцем купонів. Однак купони на знижку Суб'єкт господарювання продає покупцю товару. Отримання товару (послуги, роботи) за кошти визначається як покупка. Тобто, не зважаючи на те, що з акційних рекламних матеріалів впливає, що покупець у разі здійснення покупки отримає подарунок, це не відповідає дійсності;

- в рекламних матеріалах відсутня інформація про вартість купону номіналом 100 грн, який реалізується за ціною 0,18 грн;

- відсутнє пояснення, в яких випадках застосовується знижка по купонам 10% від вартості наступної покупки, а в яких 20%.

Отже, КОТВ АМКУ дійшло висновку, що наведені відомості про акції «День народження першого магазину Ельдорадо» та «Даруємо 50% вартості», які розповсюджує Суб'єкт господарювання мають ознаки неповних та неточних.

У зв'язку з наведеним, розпорядженням адміністративної колегії КОТВ АМКУ від 17.11.2009 № 102-р розпочато розгляд справи № 346/102-р-02-06-09 за ознаками

вчинення ТОВ «Ельдорадо-Центр» порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману (далі – Розпорядження).

Листом від 20.11.2009 № 02-06/2823 КОТВ АМКУ було направлено копію Розпорядження на адресу ТОВ «Ельдорадо-Центр» (04050, м. Київ, вул. Глибочицька, буд. 44).

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 (далі – Відділення).

У ході розгляду справи № 346/102-р-02-06-09 листом від 04.12.2009 № 209 (вх. КОТВ АМКУ від 11.12.2009 № 01-11-4299) (інформація з обмеженим доступом) надійшли заперечення Товариства на Розпорядження. ТОВ «Ельдорадо-Центр» вважає, що Розпорядження прийнято з порушенням чинного законодавства з огляду на наступне.

Розпорядження містить інформацію про те, що *«такі відомості про акції «День народження першого магазину «Ельдорадо» та «Даруємо 50% вартості» мають ознаки неповних та неточних...»*. ТОВ «Ельдорадо-Центр» не погоджується, тому що споживач, приходячи до магазину, об'єктивно і суб'єктивно отримує всю необхідну, повну, доступну та достовірну інформацію про товар, який він має намір придбати. Більше того, навіть придбавши такий товар, споживач протягом 14-ти днів має право його повернути продавцю та отримати назад сплачені кошти. КОТВ АМКУ, приймаючи рішення, об'єктивно мало всю наочну інформацію та документацію, яка свідчила про надання споживачу інформації про ціну та знижки на товар, а також іншої необхідної інформації.

В мотивувальній частині Розпорядження зазначено *«оскільки відомості про акції «День народження першого магазину «Ельдорадо» та «Даруємо 50% вартості» надавали разом, тобто в одному рекламному проспекті, або в одному рекламному ролику, потенційному покупцю складно встановити, в якій саме акції він приймає участь і який акційний товар реалізується за якою ціною...»*. ТОВ «Ельдорадо-Центр» повідомило, що чинне законодавство не забороняє суміщати декілька рекламно-інформаційних акцій, тим більше, якщо вони пов'язані. В інформаційній газеті «Ельдорадо» було надано споживачу всю необхідну інформацію про акції, які проводяться в магазинах «Ельдорадо», ціну товару, умови отримання знижки, період дії цін тощо. В інформаційній газеті «Ельдорадо» містились також посилання на інші джерела отримання інформації. Таким чином, інформація споживачу надавалася з декількох джерел, інформація надавалася доступною мовою, доступним та наочним способом із вмістом всіх даних, необхідних споживачу і які вимагаються від рекламодавця.

В мотивувальній частині Розпорядження зазначено *«в рекламних матеріалах зазначаються різні періоди проведення акцій, а саме в деяких з 15.06.2009, а в телевізійному рекламному ролику з 22.06.2009 р., тому складно зазначити, яка акція в який період проводиться...»*. ТОВ «Ельдорадо-Центр» зазначило, що КОТВ АМКУ не вірно підійшло до тлумачення повноти та способу подачі інформації товариства про акції «День народження першого магазину «Ельдорадо» та «Даруємо 50% вартості». Більш того, в рішенні змішано телевізійну рекламу та рекламу в інформаційній газеті «Ельдорадо», які хоча і стосувались даних акцій, однак виходили в різні періоди.

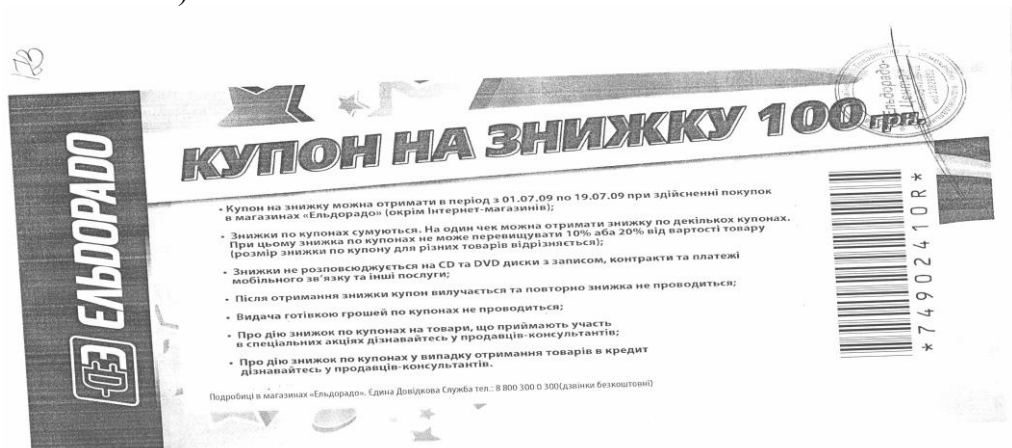
В мотивувальній частині Розпорядження зазначено *«як випливає з назв акцій «День народження першого магазину «Ельдорадо» та «Даруємо 50% вартості» та акційних рекламних матеріалі, покупець під час проведення акцій повинен отримати подарунок. В рекламних матеріалах зазначається, що «Під подарунком розуміється право покупки на отримання купонів на знижку для наступної покупки товару в період з 01.07.2009 по*

19.07.2009 не більше 10% або 20% від вартості товару». Право на знижку фактично відображає в отриманні покупцем купонів. Однак купони на знижку суб'єкт господарювання продає покупцю товару. Тобто, не зважаючи на те, що з акційних рекламних матеріалів випливає, що покупець у разі здійснення покупки отримає подарунок, це не відповідає дійсності...». Із даним висновком ТОВ «Ельдорадо-Центр» погодитись не може у зв'язку із тим, що на всіх рекламних та інформаційних продуктах міститься інформація із зазначенням, що саме розуміється перед «подарунком», де споживачу чітко і зрозуміло доводиться, що це його право на отримання на певних умовах купонів за знижку для наступної покупки товарів. Також, в розумінні податкового законодавства купони на знижку є певним матеріальним благом і не можуть «роздаватися» безкоштовно. У зв'язку із цим вони продаються під умовною ціною – шість копійок з ПДВ. У зв'язку із цим, вони є певним об'єктом купівлі-продажу, який споживач має право повернути продавцю протягом 14-ти календарних днів з дня придбання.

В мотивувальній частині Розпорядження зазначено «в рекламних матеріалах відсутня інформація про вартість купону номіналом 100 грн., який реалізується за ціною 0,18 грн...». ТОВ «Ельдорадо-Центр» повідомило, що в жодному інформаційно-рекламному матеріалі ТОВ «Ельдорадо-Центр» не зазначило про вартість купону в 0,18 грн. Товариству незрозуміло звідки КОТВ АМКУ отримало таку недостовірну інформацію, яка лягла в основу Розпорядження. Таким чином, твердження про відсутність інформації про реалізацію купонів за умовною ціною 0,06 грн з ПДВ не відповідає дійсності.

В мотивувальній частині Розпорядження зазначено «покупців не інформують, в яких випадках застосовується знижка по купонам 10% від вартості наступної покупки, а в яких 20%...». ТОВ «Ельдорадо-Центр» повідомило, що в рекламних і інформаційних матеріалах споживачу надавалася інформація про ціну товару та умови надання знижок на товари товариства.

Під час всебічного аналізу матеріалів справи та відповідних документів, Відділенням встановлено, що ТОВ «Ельдорадо-Центр» листами від 19.10.2009 № 195 (вх. КОТВ АМКУ від 27.10.2009 № 01-11-3753), від 08.09.2009 № 183 (вх. КОТВ АМКУ від 10.09.2009 № 01-11-3387), від 01.04.2010 № 3 (вх. КОТВ АМКУ від 08.04.2010 № 01-11-778) та від 27.05.2010 б/н (вх. КОТВ АМКУ від 01.06.2010 № 01-11-1316) (інформація з обмеженим доступом) надало до КОТВ АМКУ фотокопії рекламних матеріалів щодо проведення зазначеним суб'єктами господарювання відповідних програм лояльності для споживачів, в яких розміщувались вказані рекламні матеріали (див. фотокопії 3 та 4).



Фотокопія 3. Купон на знижку по акціям «День народження першого магазину «Ельдорадо» та «Даруємо 50% вартості»



Фотокопія 4. Бюлетень з рекламною інформацією ТОВ «Ельдорадо-Центр»

Відділенням встановлено, що під час покупки товарів у магазинах мереж «Ельдорадо» споживачі мали можливість ознайомитись з повними умовами проведення відповідних програм лояльності ТОВ «Ельдорадо-Центр», які були покроково описані, до здійснення покупки та оплати за товари вказаного суб'єкта господарювання.

За результатами аналізу відомостей, що містяться на купонах номіналом 20 грн та 100 грн встановлено, що на них зазначено «не являється платіжним засобом», а на зворотньому боці - «купон на знижку». Також, на купонах містяться відомості щодо умов використання цих купонів, а саме:

- знижку за купоном можна отримати в період з 01.07.2009 по 19.07.2009 при здійсненні покупок в магазинах «Ельдорадо» (окрім інтернет-магазинів);
- знижки по купонах сумуються. На один чек можна отримати знижку по декількох купонах. При цьому знижка по купонах не може перевищувати 10% або 20% від вартості товару (розмір знижки по купону для різних товарів відрізняється);
- знижки не розповсюджується на CD та DVD диски з записом, контракти та платежі мобільного зв'язку та інші послуги;
- після отримання знижки купон вибуває та повторно знижка не проводиться;
- видача готівкою грошей по купонах не проводиться;
- про дію знижок по купонах на товари, що приймають участь в спеціальних акціях дізнайтеся у продавців-консультантів;
- про дію знижок по купонах у випадку отримання товарів в кредит дізнавайтесь у продавців-консультантів.

Крім того, рекламна інформація «Даруємо 50% вартості» та «День народження першого магазину «Ельдорадо», яка розміщувалась ТОВ «Ельдорадо» на білбордах м. Києва, на телебаченні, в інформаційній газеті компанії у період з червня по липень 2009 року, містила посилання на веб-сайт Товариства <https://eldorado.ua/uk/>, на якому також було розміщено повні умови проведення вказаних програм лояльності ТОВ «Ельдорадо-Центр».

Разом з тим, у матеріалах справи відсутня та Відділенням не виявлена інформація про факти, які б свідчили про те, що поширення ТОВ «Ельдорадо-Центр» рекламною інформації «Даруємо 50% вартості» та «День народження першого магазину «Ельдорадо», без зазначення повної інформації про умови участі споживачів у відповідних програмах

лояльності, вплинуло на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання та призвело до негативних наслідків у конкуренції на відповідному ринку.

Таким чином, дії ТОВ «Ельдорадо-Центр», які полягали у поширенні рекламної інформації «Даруємо 50% вартості» та «День народження першого магазину «Ельдорадо», не можуть бути кваліфіковані як порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», оскільки під час покупки товарів у магазинах мереж «Ельдорадо» споживачі мали можливість ознайомитись з повними умовами проведення відповідних програм лояльності ТОВ «Ельдорадо-Центр».

Враховуючи наведене, у ході розгляду справи № 346/102-р-02-06-09 не виявлено обставин, які можуть бути доказами у справі, та відповідно, свідчити про наявність у діях ТОВ «Електро-Ком-Центр» (попередня назва – ТОВ «Ельдорадо-Центр») порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції.

Листом від 02.08.2021 № 60-02/5614 копію Подання було направлено на адресу ТОВ «Електро-Ком-Центр» (04050, м. Київ, вул. Глибочицька, буд. 44). Проте, Подання разом із зазначеним супровідним листом було повернуто до Відділення з позначкою: *«адресат відсутній за вказаною адресою»*.

Враховуючи наведене, на підставі абзацу четвертого пункту 26 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, інформацію щодо попередніх висновків у справі № 346/102-р-02-06-09, із зазначенням дати, часу і місця розгляду цієї справи було розміщено на офіційному веб-сайті Антимонопольного комітету України за посиланням <https://northmtv.amcu.gov.ua/> з 27.09.2021.

Станом на дату прийняття рішення будь-яких зауважень чи заперечень щодо змісту подання з попередніми висновками у вказаній справі від ТОВ «Електро-Ком-Центр» до Відділення не надходило.

Відповідно до абзацу шостого частини першої статті 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» органи Антимонопольного комітету України у справах про недобросовісну конкуренцію приймають обов'язкові для виконання рішення про закриття провадження у справі.

Згідно зі статтею 49 Закону України «Про захист економічної конкуренції» розгляд справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції підлягає закриттю без прийняття рішення по суті, якщо, зокрема, не доведено вчинення порушення.

Враховуючи наведене, керуючись статтями 7, 12, 12¹ та 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», абзацом шостим частини першої статті 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», статтями 48, 49 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 36 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції (Правила розгляду справ), 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) (зі змінами), адміністративна колегія Північного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України

ПОСТАНОВИЛА:

Закрити провадження у справі № 346/102-р-02-06-09.

Відповідно до частини першої статті 60 Закону України «Про захист економічної конкуренції» рішення може бути оскаржене до господарського суду у двомісячний строк з дня його одержання.

**Голова адміністративної колегії –
голова відділення**

О. ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ