



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ
РЕКОМЕНДАЦІЇ
АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ ПІВДЕННО-СХІДНОГО
МІЖОБЛАСНОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОГО ВІДДІЛЕННЯ

30.11.2023

м. Дніпро

№ 54/15- рк/к

Суб'єкти господарювання
(згідно з реєстром)

Щодо проведення заходів
спрямованих на запобігання
порушенням законодавства
про захист від
недобросовісної конкуренції

Адміністративна колегія Південно – східного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України, розглянувши матеріали, отримані Південно – східним міжобласним територіальним відділенням Антимонопольного комітету України (далі – Відділення), під час дослідження дотримання законодавства про захист від недобросовісної конкуренції суб'єктами господарювання, що здійснюють виробництво та роздрібну реалізацію питної бутильованої води у територіальних межах міста Дніпро та Дніпропетровської області, в частині поширення ними інформації про свою діяльність, пов'язану з виробництвом та реалізацією питної бутильованої води, у тому числі про походження, спосіб (технологію) виготовлення, споживчі властивості та характеристики цієї продукції, зокрема, стосовно фактів, викладених у адресованому Відділенню листі товариства з обмеженою відповідальністю «Алкогально-безалкогольний комбінат Дніпро»

ВСТАНОВИЛА:

- 1. *Нормативно - правове регулювання у сфері виробництва та роздрібної реалізації питної бутильованої (фасованої) води, технологічні аспекти здійснення такої діяльності.***
 - (1) За результатами аналізу нормативно правових актів, якими врегульовано відносини у сфері виробництва та маркування питної фасованої води, зокрема, з'ясовано наступне.
 - (2) Відповідно до абзацу третього статті 1 Закону України «Про питну воду та питне водопостачання»:
 - питна вода це вода, призначена для споживання людиною (водопровідна, фасована, з бюветів, пунктів розливу, шахтних колодязів та каптажів джерел), для використання споживачами для задоволення фізіологічних, санітарно-гігієнічних,

побутових та господарських потреб, а також для виробництва продукції, що потребує її використання, склад якої за органолептичними, мікробіологічними, паразитологічними, хімічними, фізичними та радіаційними показниками відповідає гігієнічним вимогам;

- *джерело питного водопостачання* - водний об'єкт, вода якого використовується для питного водопостачання після відповідної обробки або без неї;

- *фасована питна вода* - питна вода підземних джерел питного водопостачання або питна вода централізованого питного водопостачання, додатково оброблена з метою поліпшення її якості, у герметичній тарі.

- (3) Згідно із пунктом 14 частини першої статті 1 Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» вода питна - вода, яка відповідає вимогам, встановленим законодавством України до води, призначеної для споживання людиною. Вода питна є харчовим продуктом;
- (4) Вимоги до безпечності та якості питної води, призначеної для споживання людиною, а також правила виробничого контролю та державного санітарно-епідеміологічного нагляду у сфері питного водопостачання населення визначені Державними санітарними нормами та правилами «Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною» (ДСанПіН2.2.4-171-10), затвердженими Наказом Міністерства охорони здоров'я України від 12.05.2010 року №400, зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 01.07.2010 року за № 452/17747 (далі – Санітарні норми).
- (5) Так, пунктами 1.1, 1.2 Санітарних норм, зокрема, передбачено, що Санітарні норми є обов'язковими для виконання органами виконавчої влади, місцевого самоврядування, підприємствами, установами, організаціями незалежно від форми власності та підпорядкування, діяльність яких пов'язана з проектуванням, будівництвом та експлуатацією систем питного водопостачання, виробництвом та обігом питних вод, наглядом і контролем у сфері питного водопостачання населення, та громадянами; встановлюють вимоги до безпечності та якості питної води, призначеної для споживання людиною, а також правила виробничого контролю та державного санітарно-епідеміологічного нагляду у сфері питного водопостачання населення.
- (6) Відповідно до пункту 2.2 розділу II Санітарних норм, залежно від технології отримання відокремлюють такі види питних вод:
 - *оброблені* - питні води, що виготовляються з води, отриманої з поверхневих джерел питного водопостачання, підземних джерел питного водопостачання шляхом очищення чи домінералізації;
 - *необроблені (природні)* - води, отримані безпосередньо з підземних джерел питного водопостачання, які за всіма показниками відповідають вимогам Санітарних норм без їх очищення (крім освітлення) чи домінералізації.
- (7) Згідно із пунктом 3.26 розділу III Санітарних норм, видами питної води фасованої, що зазначаються на етикетці, зокрема є: оброблена, необроблена (природна), штучно-мінералізована, штучно-фторована, штучно-йодована, з оптимальним вмістом мінеральних речовин, газована (сильно-, середньо-, слабо-) чи негазована.
- (8) Отже, питна вода фасована (у тому числі й бутильована) в залежності від її виду, походження тощо має ті чи інші споживчі властивості, інформація щодо яких має доводитись до відома споживачів.

- (9) Так, відповідно до пункту 3.26 розділу III Санітарних норм, на етикетці питної води зазначаються: «Вода питна», її назва, вид (оброблена, необроблена (природна) штучно-мінералізована, штучно-фторована, штучно – йодована, з оптимальним вмістом мінеральних речовин, газувана (сильно, середньо, слабо) чи негазована тощо), склад («вода питна» та перелік уведених речовин, зокрема консервантів, макро-та мікроелементів), фактичні значення показників фізіологічної повноцінності мінерального складу води згідно з додатком 4, умови зберігання, об'єм тари, дата виготовлення та дата закінчення строку придатності до споживання, найменування, місцезнаходження та телефони виробника і місце її виготовлення, **вид вихідної води**, місцезнаходження підземного джерела питного водопостачання та номер і глибина свердловини, номер партії виробництва, назва нормативного документа, який визначає вимоги щодо якості питної води.
- (10) Отже, згідно з чинними нормативними приписами, відомості щодо виду вихідної води мають розміщуватись виробником на етикетках питної бутильованої води.
- (11) Виробництво та роздрібна реалізація питної бутильованої води не є ліцензованими видами діяльності.
- (12) Виробничий процес виготовлення питної фасованої (бутильованої) води може включати наступні операції: відстоювання, фільтрація з використанням різноманітних технологій грубої та тонкої очистки, знезараження, озонування, контроль якості та вимірювання вмісту спеціальних хімічних речовин, додаткова обробка, тощо.
- (13) Як вихідна вода для виробництва питної бутильованої води, може використовуватись вода з підземних джерел питного водопостачання або вода централізованого питного водопостачання, забір води для якого здійснюється з поверхневих (або підземних) джерел питного водопостачання.
- (14) Відзначимо, що до поверхневих джерел водопостачання відносять, річки, водосховища і озера, а до підземних - підземні води утворені внаслідок просочування через ґрунт атмосферних і поверхневих вод. Для господарсько-питного водопостачання найбільше придатними є підземні води, оскільки вони мають порівняно високу якість води і можуть не потребувати очищення. Вода із поверхневих джерел використовується для питного водопостачання при неможливості використовувати воду із підземних джерел.
- (15) Споживчі властивості питної бутильованої води зумовлюються видом та походженням використаної для її виробництва сировини (вихідної води), технічними параметрами та характеристиками обладнання задіяного у виробництві.
- (16) Питна бутильована вода виготовлена з води видобутої з підземних джерел є більш привабливою для споживачів ніж бутильована вода, для виробництва якої використано воду з поверхневих джерел.

2. Фактичні обставини.

- (17) В рамках дослідження, за результатом аналізу відкритих даних отриманих із загальнодоступних джерел, зокрема, розміщених на інформаційних та рекламних порталах у мережі Інтернет, матеріалів, наданих товариством з обмеженою відповідальністю «Алкогільно-безалкогольний комбінат Дніпро», Відділенням з'ясовано, що в територіальних межах міста Дніпро та Дніпропетровської області виробництво та роздрібну реалізацію питної бутильованої води, здійснює значна кількість суб'єктів господарювання (як юридичних осіб так і фізичних осіб підприємців), у тому числі: ПРИВАТНЕ АКЦІОНЕРНЕ ТОВАРИСТВО «ЕРЛАН», ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «АЛКОГОЛЬНО-

БЕЗАЛКОГОЛЬНИЙ КОМБІНАТ ДНІПРО», ФІЗИЧНА ОСОБА ПІДПРИЄМЕЦЬ Фролов О.А. (ТМ Криниця Аква +), ФІЗИЧНА ОСОБА ПІДПРИЄМЕЦЬ Кучер Т.Г. (ТМ Аква Віта), ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «АКВА ФОНТАНА ПЛЮС» (товарний знак «Аква Люкс»), ФІЗИЧНА ОСОБА ПІДПРИЄМЕЦЬ Патрик К.В. (товарний знак «TRISTANA») та інші.

- (18) Споживачами питної бутильованої води, що виготовляється вищезазначеними суб'єктами господарювання є юридичні та фізичні особи, які використовують питну бутильовану воду для забезпечення питних фізіологічних, санітарно-гігієнічних, побутових та господарських потреб.
- (19) Регіональні ринки питної бутильованої води, що функціонують на території міста Дніпро та Дніпропетровської області є конкурентними.
- (20) Придбаваючи питну бутильовану воду споживачі орієнтуються на її ціну, якість, споживчі властивості, походження, спосіб виготовлення тощо та надають перевагу продукції того виробника, який, на думку споживачів, забезпечує найкраще співвідношення ціна - якість.
- (21) Інформація щодо якісних показників питної бутильованої води, її походження, способу виготовлення, споживчих властивостей тощо розміщується виробником на етикетці продукції, власному сайті, у рекламних матеріалах, що поширюються за допомогою електронних та друкованих ЗМІ тощо.
- (22) Зазначена інформація враховується споживачем при виборі продукції, а тому обсяг (повнота) такої інформації та спосіб її поширення є вагомими конкурентними чинниками.
- (23) В рамках дослідження Відділення з'ясувало, що певні суб'єкти господарювання – виробники питної бутильованої води розміщують на сайтах в мережі ІНТЕРНЕТ та на етикетках відповідної продукції неповну інформацію про походження, спосіб (технологію) виготовлення, споживчі властивості та характеристики питної бутильованої води, яка ними виробляється та реалізується
- (24) Так, за результатом аналізу інформації, яку розмістили в мережі Інтернет суб'єкти господарювання, що здійснюють діяльність із виробництва та роздрібною реалізацією питної бутильованої води (далі Питна вода, Продукція): ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «АКВІА ДЕЛІВЕРІ», ФІЗИЧНА ОСОБА ПІДПРИЄМЕЦЬ БАШКІН СЕРГІЙ МИКОЛАЙОВИЧ, ТОВАРИСТВО З ОБМЕЖЕНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ «АКВА ТРЕЙДЕР» (далі разом - Виробники), стосовно походження, способу (технології) виготовлення, споживчих властивостей та характеристик виробленої ними Продукції встановлено наступне.
- (25) Відповідно до відомостей з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (ЄДР), основним видом Виробників, зокрема є: [інформація, доступ до якої обмежено].
- (26) Виробники реалізують Продукцію під різними торговими марками. ТОВ «АКВІА ДЕЛІВЕРІ» продає виготовлену ним Питну воду під торговою маркою «АКВІА», ФОП БАШКІН СЕРГІЙ МИКОЛАЙОВИЧ - під торговою маркою «Водолій», ТОВ «АКВА ТРЕЙДЕР» - під торговою маркою «H₂O».
- (27) На етикетці Питної води ТМ «АКВІА», що виробляється та реалізується **ТОВ «АКВІА ДЕЛІВЕРІ»**, всупереч вимогам Державних санітарних норм та правил «Гігієнічні вимоги до води питної, призначеної для споживання людиною» (ДСанПіН2.2.4-171-10), затверджених Наказом Міністерства охорони здоров'я України від 12.05.2010 року №400, зареєстрованим в Міністерстві юстиції України

- 01.07.2010 року за № 452/17747, відсутня інформація вид вихідної води, що використовується при виробництві цієї Продукції.
- (28) Інформація про вид вихідної води (джерело її забору) використаної для виготовлення Питної води ТМ «АКВІА», також, не розміщена на сайті виробника цієї продукції (<https://akvia.ua/>).
- (29) На інстаграм-сторінці (<https://www.instagram.com/vodoley.dp.ua/>) та на сайті (<https://vodoley.dp.ua/>) - виробника Питної води ТМ «Водолій» (**ФОП БАШКІН С.М.**), розміщено інформацію про те, що Питна вода ТМ «Водолій» є «структурованою». При цьому виробник цієї продукції взагалі не пояснює який саме технологічний процес він позиціонує, як процес «структуризації» води; у який спосіб (за якою технологією) цей процес здійснюється; хто саме та за якими саме показниками визначив, що Питна вода, що реалізується під ТМ «Водолій», є «структурованою».
- (30) Також, на вищезазначеному сайті (<https://vodoley.dp.ua/>) вказується, що Питна води ТМ «Водолій» має стабільний рН -7.3, але будь-якого посилання для підтвердження цієї інформації не наведено.
- (31) На етикетці Питної води ТМ «H₂O», яку виробляє та реалізує **ТОВ «АКВА ТРЕЙДЕР»** розміщено інформацію про те, що джерелом забору вихідної води для цієї продукції є артезіанська свердловина №3 глибиною 151 метр у с. Знаменівка Дніпропетровської області, а також повідомлення інформаційного характеру - «H₂O» - ПИТНА ВОДА, ЩО РОБИТЬ ВАС ЗДОРОВИМИ».
- (32) При цьому на сайті виробника Питної води ТМ «H₂O» (<https://h2o-water.com.ua/rus/>) не розміщено інформації про наявність у виробника спецдозволу на видобування води з підземних родовищ та відомостей про вищезгадану артезіанську свердловину у базі даних родовищ мінеральних вод, а також будь яких обґрунтувань стосовно того, чому саме Питна вода ТМ «H₂O», робить її споживачів здоровими.
- (33) Також, на сайті ТОВ «АКВА ТРЕЙДЕР» (<https://h2o-water.com.ua/rus/>):
- вказується не підтверджена інформація про те, товариство, є учасником ринку питної бутильованої води більше 10 років;
 - розміщено фотографії численних нагороди та відзнаки: «100% гарантія якості», «лідер галузі 2018», «краща торгова марка 2018», «кращий вибір 2019», без пояснень про те: коли саме, за яких обставин, за які досягнення отримано зазначені нагороди та відзнаки; у чому саме ці досягнення полягають, чи стосуються вони діяльності із виробництва питної бутильованої води тощо.
- (34) Вищенаведене підтверджує, що Виробники поширюють неповну інформацію про походження, спосіб (технологію) виготовлення, споживчі властивості та характеристики питної бутильованої води, що ними виробляється та реалізується, а також про свою господарську діяльність у цій сфері.

3. **Висновки Відділення**

- (35) Відповідно до частині 3 ст.10 bis Паризької конвенції поширення будь-якої інформації, що вводить в оману, є несумісним з добрими звичаями конкуренції.
- (36) За визначенням статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», «економічна конкуренція» (конкуренція) - змагання між суб'єктами господарювання з метою здобуття завдяки власним досягненням переваг над іншими суб'єктами господарювання, внаслідок чого споживачі, суб'єкти господарювання мають можливість вибирати між кількома продавцями, покупцями, а окремий суб'єкт господарювання не може визначати умови обороту товарів на ринку».

- (37) Стаття 1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» визначає недобросовісну конкуренцію, як будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності.
- (38) Відповідно до статті 15¹ цього ж Закону 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.
- (39) Інформацією, що вводить в оману, є, зокрема, відомості, які: містять неповні, неточні або неправдиві дані про походження товару, виробника, продавця, спосіб виготовлення, джерела та спосіб придбання, реалізації, кількість, споживчі властивості, якість, комплектність, придатність до застосування, стандарти, характеристики, особливості реалізації товарів, робіт, послуг, ціну і знижки на них, а також про істотні умови договору; містять неповні, неточні або неправдиві дані про фінансовий стан чи господарську діяльність суб'єкта господарювання; приписують повноваження та права, яких не мають, або відносини, в яких не перебувають; містять посилання на обсяги виробництва, придбання, продажу чи поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, яких фактично не було на день поширення інформації.
- (40) З огляду на вищенаведені нормативні приписи, поширення особою певної інформації може кваліфікуватись, як порушення передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», за умови наявності сукупності наступних кваліфікуючих ознак:
- відповідність поширюваної інформації ознакам неточності, неправдивості, неповноти;
 - наявність дійсних або ймовірних наслідків у вигляді досягнення переваг у конкуренції від поширення відповідної інформації;
 - наявність впливу або можливість впливу на наміри споживачів щодо придбання чи реалізації товарів (продукції, робіт, послуг) цього суб'єкта господарювання;
 - наявність причинно-наслідкового зв'язку між поширенням інформації, що вводить в оману, та наданням споживачами переваги товарам (продукції, роботам, послугам) суб'єкта господарювання, який поширює таку інформацію, що призводить до отримання переваг у конкуренції останнім.
- (41) Дії суб'єктів господарювання – учасників регіональних ринків води питної бутильованої води, щодо стимулювання зацікавленості споживачів питної бутильованої води у її придбанні шляхом поширення неповної інформації про властивості цієї продукції, замовчування окремих фактів стосовно її виготовлення можуть призвести до виникнення у споживачів наміру щодо придбання такої продукції внаслідок виникнення помилкового уявлення, зумовленого сприйняттям неповної інформації.
- (42) Тобто, такі суб'єкти господарювання поширюючи неповні відомості (інформацію) про споживчі властивості своєї продукції можуть посилити свою конкурентну позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом введення споживачів в оману.

- (43) З урахуванням вищенаведеного, дії Виробників, що полягають у розміщенні на етикетках води питної бутильованої, яка ними виробляється та реалізується, на інформаційних та рекламних порталах, а також у мережі ІНТЕРНЕТ **неповних відомостей** про походження, спосіб (технологію) виготовлення, споживчі властивості та характеристики питної бутильованої води, що ними виробляється та реалізується, а також про свою господарську діяльність у цій сфері (*отримання у зв'язку з поширенням такої неповної інформації необґрунтованих переваг у конкуренції*) можуть бути кваліфіковані, як порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.
- (44) Відповідно до статті 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», адміністративна колегія територіального відділення Антимонопольного комітету України має право надавати обов'язкові для розгляду рекомендації та вносити до органів державної влади, органів місцевого самоврядування, установ, організацій, суб'єктів господарювання, об'єднань пропозиції щодо проведення заходів, спрямованих на обмеження монополізму, розвиток підприємництва і конкуренції, запобігання порушенням законодавства про захист економічної конкуренції, а також щодо припинення дій або бездіяльності, що можуть мати негативний вплив на конкуренцію.

Ураховуючи викладене, керуючись статтями 7, 14 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», пунктами 3 і 11 Положення про територіальне відділення Антимонопольного комітету України, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 23.02.2001 №32-р, зареєстрованого у Міністерстві юстиції України 30.03.2001 №291/5482 (зі змінами), адміністративна колегія Південно - східного міжобласного територіального відділення Антимонопольного комітету України надає

РЕКОМЕНДАЦІЇ:

Суб'єктам господарювання (учасникам ринку питної бутильованої води) вжити заходів, спрямованих на запобігання порушенню законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», шляхом поширення: повної інформації про свою діяльність, пов'язану з виробництвом та реалізацією питної бутильованої води, у тому числі про походження, спосіб (технологію) виготовлення, споживчі властивості та характеристики цієї продукції, зокрема при розміщенні відповідної інформації на етикетках питної бутильованої води, на інформаційних та рекламних порталах, у мережі Інтернет.

Рекомендації адміністративної колегії Відділення підлягають обов'язковому розгляду суб'єктами господарювання, яким вони надані.

Про результати розгляду цих рекомендацій повідомити Відділення протягом **10 днів** з дня їх отримання.

Голова
адміністративної колегії

Лариса ГРЕЧАНА