



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

13 серпня 2026 р.

Київ

№ 617-р

Про порушення законодавства
про захист від недобросовісної
конкуренції та накладення штрафу

За результатами розгляду справи № 127-26.4/164-24 дії приватного підприємства «Компанія СОФТОРГ» визнано порушенням, передбаченим статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення на вебсайті за посиланням <https://softorg.ua>, на каналі «Ютуб» за посиланням https://www.youtube.com/channel/UCWa4XQuaD_GW7RKqjqQJMwQ/community?lb=Ugk_xG07eJiJBM3OdVCbvczI4E5XgD3SZNCVz та в соціальній мережі «Інстаграм» за посиланням https://www.instagram.com/softorg_ukraine/ неправомірної порівняльної реклами.

На приватне підприємство «Компанія СОФТОРГ» накладено штраф у розмірі 900 000 грн.

Антимонопольний комітет України, розглянувши матеріали справи № 127-26.4/164-24 про порушення приватним підприємством «Компанія СОФТОРГ» законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та подання Управління розслідувань недобросовісної конкуренції Антимонопольного комітету України від 28.07.2026 № 127-26.4/164-24 /350-спр,

ВСТАНОВИВ:

1. ПРЕДМЕТ СПРАВИ

- (1) Вчинення приватним підприємством «Компанія СОФТОРГ» (далі – ПП «Компанія СОФТОРГ», Підприємство, Відповідач) (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*) порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, передбаченого статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».

2. СТОРОНИ У СПРАВІ

- (1) Заявниками є товариство з обмеженою відповідальністю «ШВЕЙМАШ» (далі – ТОВ «ШВЕЙМАШ», Заявник 1) (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*) і товариство з обмеженою відповідальністю «СПАРК-Швейне Обладнання» (далі – ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання», Заявник 2) (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*) (далі разом – Заявники).
- (2) Відповідно до відомостей, які містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (далі – ЄДР), Заявник 1 зареєстрований 02.11.2015.

- (3) Видами господарської діяльності ТОВ «ШВЕЙМАШ» згідно з класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД) є: *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (4) Відповідно до відомостей з ЄДР Заявник 2 зареєстрований 03.04.2008.
- (5) Видами господарської діяльності ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» згідно з класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД) є: *[інформація, доступ до якої обмежено]*
- (6) Отже, Заявник 1 та Заявник 2 є суб'єктами господарювання в розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції».
- (7) Відповідно до витягів із ЄДР від 20.01.2026 № 351482201252 та № 121667029218 на дату звернення Заявників із заявою від 22.03.2024 б/н (вх. Комітету № 8-01/57-АМ від 26.03.2024) про наявність у діях ПП Компанія «СОФТОРГ» порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції:

засновником (учасником), керівником, кінцевим бенефіціарним власником із часткою у статутному капіталі ТОВ «ШВЕЙМАШ» у розмірі 100% був *[інформація, доступ до якої обмежено]*;

засновниками ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» були *[інформація, доступ до якої обмежено]* (із часткою у статутному капіталі ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» у розмірі 61 000 грн) (11,2 %) та *[інформація, доступ до якої обмежено]* (із часткою у статутному капіталі ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» у розмірі 483 500 грн) (88,8 %).
- (8) Отже, фізичні особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*, ТОВ «ШВЕЙМАШ» та ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» утворюють групу суб'єктів господарювання, пов'язаних відносинами контролю в розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції».
- (9) Відповідачем є ПП «Компанія СОФТОРГ» (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*).
- (10) Відповідно до відомостей з ЄДР Відповідач зареєстрований 29.10.1999.
- (11) Видами господарської діяльності Відповідача згідно з класифікацією видів економічної діяльності є: *[інформація, доступ до якої обмежено]*
- (12) Отже, Відповідач є суб'єктом господарювання в розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції».
- (13) Тобто ПП «Компанія СОФТОРГ» та Заявники здійснюють господарську діяльність на ринку оптової торгівлі машинами й устаткуванням для текстильного, швейного та трикотажного виробництва та перебувають у конкурентних відносинах.

3. ПРОЦЕСУАЛЬНІ ДІЇ

- (14) До Комітету надійшла заява від 22.03.2024 б/н (вх. Комітету № 8-01/57-АМ від 26.03.2024) ТОВ «ШВЕЙМАШ» і ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» про наявність порушення в діях ПП «Компанія СОФТОРГ», передбаченого статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (далі – Заява).
- (15) Листами державного уповноваженого Комітету від 10.04.2024 № 127-26.4/04-3606е та від 10.04.2024 № 127-26.4/04-3609е Заяву залишено без руху та запропоновано Заявнику 1 та Заявнику 2 надати Комітету відповідну інформацію та належним чином засвідчені копії документів, необхідних для розгляду Заяви.
- (16) ТОВ «ШВЕЙМАШ» звернулося з клопотанням від 03.05.2024 № 01/05/2024

(вх. Комітету № 8-04/6300 від 03.05.2024) про продовження строку надання інформації на лист державного уповноваженого Комітету від 10.04.2024 № 127-26.4/04-3606е.

- (17) ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» звернулося з клопотанням від 03.05.2024 № 01/03-05-2024 (вх. Комітету № 8-04/6440 від 07.05.2024) про продовження строку надання інформації на лист державного уповноваженого Комітету від 10.04.2024 № 127-26.4/04-3609е.
- (18) Листами державного уповноваженого Комітету від 08.05.2024 № 127-26.4/04-4747е та від 08.05.2024 № 127-26.4/04-4710е Заявників повідомлено про продовження строку надання інформації на листи державного уповноваженого Комітету від 10.04.2024 № 127-26.4/04-3606е та від 10.04.2024 № 127-26.4/04-3609е про залишення Заяви без руху.
- (19) Листом від 13.05.2024 б/н (вх. Комітету № 8-04/6771 від 14.05.2024) Заявник 1 надав відповідь на лист державного уповноваженого Комітету від 10.04.2024 № 127-26.4/04-3606е про залишення Заяви без руху.
- (20) Листом від 13.05.2024 б/н (вх. Комітету № 8-04/6855 від 16.05.2024) Заявник 2 надав відповідь на лист державного уповноваженого Комітету від 10.04.2024 № 127-26.4/04-3609е про залишення Заяви без руху.
- (21) ПП «Компанія СОФТОРГ» надіслано вимогу державного уповноваженого Комітету від 30.05.2024 № 127-26.4/04-5441е про надання інформації (далі – Вимога).
- (22) Листом від 25.06.2024 № 25-06/1 (вх. Комітету № 8-04/8591 від 25.06.2024) Підприємство звернулося з клопотанням про продовження строку надання інформації на Вимогу, відповідь на яке надано листом державного уповноваженого Комітету від 01.07.2024 № 127-26.4/04-6459е.
- (23) Листом державного уповноваженого Комітету від 18.06.2024 № 127-26.4/04-6076 строк розгляду Заяви продовжено на 60 днів.
- (24) Листом від 08.07.2024 № 04-08/07/2024 (вх. Комітету № 8-04/1249-кі від 10.07.2024) Підприємство надало відповідь на Вимогу.
- (25) Актом фіксації від 23.05.2024 № 23-05/24, який склали працівники Комітету, зафіксовано інформацію, розміщену на вебсайті¹ за посиланням², соціальній мережі «Інстаграм» та на каналі «Ютуб» за посиланням³.
- (26) Актом фіксації від 23.07.2024 № 23-07-24, який склали працівники Комітету, встановлено відсутність інформації, яка є предметом акта від 23.05.2024 № 23-05/24.
- (27) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 28.08.2024 № 04/250-р (далі – Розпорядження) розпочато розгляд справи № 127-26.4/164-24 за ознаками вчинення ПП «Компанія СОФТОРГ» порушення, передбаченого статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (далі – Справа).
- (28) Листом державного уповноваженого Комітету від 30.08.2024 № 127-26.4/04-2028 Відповідачу направлено копію Розпорядження, який відповідно до рекомендованого повідомлення про вручення поштового відправлення № 0303500033170 ПП «Компанія СОФТОРГ» отримала 17.09.2024.
- (29) Листом державного уповноваженого Комітету від 10.08.2024 № 127-26.4/04-2029 та

¹<https://softorg.ua>

²<https://softorg.ua/novyny/bruce-vs-jack-yake-obladnannya-krashhe/>

³https://www.youtube.com/channel/UCWa4XQuaD_GW7RKqiqQJMwQ/community?lb=UgkxG07eJiJBM3OdVCbvczI4E5XgD3SZNCVz

від 10.08.2024 № 127-26.4/04-2029 Заявників повідомлено про початок розгляду Справи.

- (30) Листом державного уповноваженого від 24.10.2024 № -26.4/04-10343є Заявникам направлено лист державного уповноваженого Комітету про надання інформації.
- (31) ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання» надіслало до Комітету клопотання про продовження строку надання відповіді на лист державного уповноваженого Комітету від 24.10.2024 № -26.4/04-10343є.
- (32) Листом державного уповноваженого Комітету від 21.11.2024 № 127-26.4/04-11213є ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання» продовжено строк надання відповіді на лист державного уповноваженого від 24.10.2024 № -26.4/04-10343є.
- (33) Листом від 06.12.2024 № 21 (вх. Комітету № 8-04/383 від 13.01.2025) ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання» надало відповідь на лист державного уповноваженого Комітету від 24.10.2024 № -26.4/04-10343є.
- (34) Листом від 06.12.2024 № 2 (вх. Комітету № 8-04/382 від 13.01.2025) ТОВ «ШВЕЙМАШ» надало відповідь на лист державного уповноваженого Комітету від 24.10.2024 № -26.4/04-10343є.
- (35) ПП «Компанія СОФТОРГ» надіслано вимогу державного уповноваженого Комітету про надання інформації від 04.02.2025 № 127-26.4/04-1129є.
- (36) Листом від 23.02.2025 № 24/02-25 (вх. Комітету № 8-04/2853 від 25.02.2025) Відповідач надіслав клопотання про продовження строку надання інформації на вимогу державного уповноваженого Комітету про надання інформації від 04.02.2025 № 127-26.4/04-1129є.
- (37) Листом від 26.02.2025 б/н (вх. Комітету № 8-04/3034 від 03.03.2025) Заявник 1 надав Комітету нотаріально засвідчені копії документів.
- (38) Листом державного уповноваженого від 03.03.2025 № 127-26.4/04-2274є Відповідачу продовжено строк надання відповіді на вимогу державного уповноваженого Комітету про надання інформації від 04.02.2025 № 127-26.4/04-1129є.
- (39) Листом від 11.03.2025 № 11-01/03/2025 (вх. Комітету № 8-04/347-кі від 17.03.2025) ПП «Компанія СОФТОРГ» надало відповідь на вимогу державного уповноваженого Комітету про надання інформації від 04.02.2025 № 127-26.4/04-1129є.
- (40) До Київського Національного університету технологій та дизайну (далі – КНУТД) надіслано вимогу державного уповноваженого Комітету від 20.03.2025 № 127-26.4/04-2995є, відповідь на яку КНУТД надало листом від 07.04.2025 № 01-53/798 (вх. Комітету № 10-04/5376 від 09.04.2025).
- (41) Листом від 29.05.2025 № 29/05 (вх. Комітету № 8-04/8396 від 02.06.2025) Підприємство надало клопотання про долучення до матеріалів Справи висновка Одеського Науково-дослідного інституту судових експертиз Міністерства юстиції України (далі – ОНДІСЕ) від 25.03.2025 № 24-5964 за результатом проведення лінгвістичного (семантико-текстуального) експертного дослідження та висновку експертного дослідження Одеського науково-дослідного експертно-криміналістичного центру Міністерства внутрішніх справ України (далі – ОНДЕКЦ) від 14.04.2025 № ЕД-19/116-25/5571-ФХД.
- (42) Листом від 03.12.2025 № 03-12/2025 (вх. Комітету № 8-01/17255 від 08.12.2025) ПП «Компанія СОФТОРГ» надало пояснення у Справі.
- (43) До ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання» надіслано лист державного уповноваженого від 10.02.2026 № 127-26.4/04-1668є про надання інформації.

- (44) Листом від 06.03.2026 б/н (вх. Комітету № 8-04/3181 від 06.03.2026) ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання» надіслало клопотання про продовження строку надання інформації на лист державного уповноваженого від 10.02.2026 № 127-26.4/04-1668е.
- (45) Листом від 18.03.2026 № 19 (вх. Комітету № 8-04/4407 від 24.03.2026) Заявник 2 надав інформацію на лист державного уповноваженого від 10.02.2026 № 127-26.4/04-1668е.
- (46) До ПП «Компанія СОФТОРГ» надіслано вимогу державного уповноваженого Комітету від 10.02.2026 № 127-26.4/04-1669е, інформацію на яку Підприємство надало листом від 03.03.2026 № 03-03/03/2026 (вх. Комітету № 8-04/364-кі від 09.03.2026).
- (47) До товариства з обмеженою відповідальністю «СМ Україна» (далі – ТОВ «СМ Україна») (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*) надіслано вимогу державного уповноваженого від 10.02.2026 № 127-26.4/04-1627е, інформацію на яку ТОВ «СМ Україна» надало листом від 06.04.2026 б/н (вх. Комітету № 8-04/5189 від 06.04.2026).
- (48) За результатами збирання та аналізу доказів у Справі складено подання з попередніми висновками від 28.07.2026 № 127-26.4/164-24/350-спр (далі – Подання).
- (49) Листом державного уповноваженого від 28.07.2026 № 127-26.4/04-8591е Відповідачу направлено копію Подання, який відповідно до рекомендованого повідомлення про вручення поштового відправлення № R067241181585 Підприємство отримало 04.08.2026. Зазначений лист 29.07.2026 направлено також на електронну адресу Підприємства lawyer@softorg.com.ua.
- (50) Листом від 29.07.2026 № 29/07 (вх. Комітету № 8-01/11188 від 29.07.2026) Відповідач звернувся з клопотанням про надсилання Комітетом документів, пов'язаних із розглядом Справи, також на електронну пошту lawyer@softorg.com.ua.
- (51) Листом державного уповноваженого від 28.07.2026 № 127-26.4/04-8593е ТОВ «ШВЕЙМАШ» направлено копію Подання, який відповідно до рекомендованого повідомлення про вручення поштового відправлення № R067241176409 на дату складення цього рішення ТОВ «ШВЕЙМАШ» не отримало.
- (52) Листом державного уповноваженого від 28.07.2026 № 127-26.4/04-8592е ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» направлено копію Подання, який відповідно до рекомендованого повідомлення про вручення поштового відправлення № R067241179033 Заявник 2 отримав 05.08.2026.
- (53) Листом державного уповноваженого Комітету від 06.08.2026 № 127-26.4/04-9023е ПП «Компанія СОФТОРГ» запропоновано взяти участь у засіданні Комітету.
- (54) Листом державного уповноваженого Комітету від 06.08.2026 № 127-26.4/04-9024е ТОВ «ШВЕЙМАШ» запропоновано взяти участь у засіданні Комітету.
- (55) Листом державного уповноваженого Комітету від 06.08.2026 № 127-26.4/04-9025е ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» запропоновано взяти участь у засіданні Комітету.
- (56) Листом від 10.08.2026 б/н (вх. Комітету № 11695 від 10.08.2026) представник Відповідача, адвокат Залізняк Іван Іванович (свідоцтво на право зайняття адвокатською діяльністю від 21.01.2018 серія ВН № 000235) (далі – Представник) надав заперечення на Подання (далі – Заперечення).
- (57) Листом від 13.08.2026 б/н (вх. Комітету № 8-01/11843 від 13.08.2026) ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» та листом від 13.08.2026 б/н (вх. Комітету № 8-01/11841 від 13.08.2026) ТОВ «ШВЕЙМАШ» повідомили про неможливість їх участі в засіданні Комітету.

4. ОБСТАВИНИ СПРАВИ

4.1. *Обставини, які повідомили ТОВ «ШВЕЙМАШ» та ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання»*

- (58) ТОВ «ШВЕЙМАШ» і ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» здійснюють оптову торгівлю швейним обладнанням шляхом укладання прямих договорів із суб'єктами господарювання, які здійснюють господарську діяльність, пов'язану з виробництвом одягу, спецодягу, інших побутових та господарських товарів.
- (59) ТОВ «ШВЕЙМАШ» і ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» є офіційними імпортерами автоматичних та напівавтоматичних промислових швейних машин під позначенням «BRUCE» в Україні на підставі контрактів, укладених із компанією «Jack Technology Co., LTD.» (Китайська Народна Республіка), яка є виробником, зокрема, швейних машинок під позначенням «BRUCE», асортимент яких становить більше 80 найменувань швейного обладнання, серед якого – швейні машини для човникового стібка, техніка для роботи з важкими тканинами, позиціонери, петельні та гудзикові машини, оверлоки.
- (60) На підтвердження вказаного Заявники надали, зокрема, копії:
- контрактів від 20.11.2017 № 15/BRC, від 20.11.2017 № 15/BRC, укладених ТОВ «ШВЕЙМАШ» з компанією «Jack Sewing Machine Co., LTD.»;
 - контрактів від 13.01.2023 № SV01-2023, від 13.01.2023 № SV02-2023, від 20.04.2023 № SV04-2023, укладених між ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» з компанією «Jack Technology Co., LTD.»;
 - інвойсів від 27.12.2017 № JK18395 S/C NO.: 171120-UA-SV-15, від 27.12.2017 № JK186006 S/C NO.: 171120-UA-SV-16, від 23.03.2023 № JKYYJ23137 S/C NO.: JK221220-UA-SV-07.
 - митної декларації від 18.05.2018 № UA400030/2018/008930 та проформи інвойсу NJK180122-UA-SV03 від 03.03.2018, наданих Заявником 2 у додатках до листа від 18.03.2026 № 19 (вх. Комітету № 8-04/4407 від 24.03.2026).
- (61) Промислові швейні машинки під позначенням «BRUCE» Заявники реалізували на всій території України широкому колу суб'єктів господарювання.
- (62) На підтвердження вказаного:
- Заявник 1 надав копії: договору поставки від 15.12.2016 № 01/15-12-2016, укладеного ним із товариством з обмеженою відповідальністю «ДНПРО-ФШЕР» (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*) та видаткової накладної від 15.12.2016 № 298, договору поставки від 21.04.2017 № 01/21-04-2017, укладеного Заявником 1 з товариством з обмеженою відповідальністю «ЕЛЛЕН ГРУП» ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*), та додатка 1 до вказаного договору з переліком швейного обладнання, що поставляється за його умовами видаткової накладної від 25.11.2016 № 267;
 - Заявник 2 надав, зокрема, копії договору поставки від 14.11.2023 № 01/14-11-2023, укладеного ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» з товариством з обмеженою відповідальністю «ТЕРРА-ТЕКС» (далі – ТОВ «ТЕРРА-ТЕКС») (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*), та видаткової накладної від 16.01.2024 № 5 до вказаного договору, договору поставки від 12.01.2023 № 04/12-01-2023, укладеного ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання» з товариством з обмеженою відповідальністю «Крок-Спецодяг Груп» (далі – ТОВ «Крок-Спецодяг Груп»), та

видаткової накладної від 01.02.2023 до вказаного договору, договору поставки від 09.01.2023, укладеного між Заявником 2 та товариством з обмеженою відповідальністю «ЯРОСЛАВ» (далі – ТОВ «ЯРОСЛАВ»), та видаткової накладної від 23.01.2023 № 16 до вказаного договору.

- (63) ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання» повідомило, що здійснювало реалізацію швейних машинок під позначенням «BRUCE» з травня 2018 року.
- (64) Обсяги реалізації Заявником 2 швейного обладнання під позначенням «BRUCE», зокрема, за період з 2023 по 2024 роки становлять 8 518 одиниць, про що зазначено у відповідній бухгалтерській довідці, при цьому модельний ряд такого швейного обладнання налічує 123 позиції, що вбачається з інформації, наданої в додатках до листа від 18.03.2026 № 19 (вх. Комітету № 8-04/4407 від 24.03.2026).
- (65) ТОВ «ШВЕЙМАШ» повідомило, що реалізовувало швейні машинки під позначенням «BRUCE» із січня 2016 року. З 2023 по 2024 роки Заявник 1 такої реалізації не здійснював.
- (66) ТОВ «ШВЕЙМАШ» і ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» пов’язані відносинами контролю в розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції».
- (67) Так, Заявник 1 листом від 13.05.2024 б/н (вх. Комітету № 8-04/6771 від 14.05.2024) та Заявник 2 листом від 13.05.2024 б/н (вх. Комітету № 8-04/6855 від 16.05.2024) повідомили, що на момент звернення із Заявою кінцевим бенефіціарним власником ТОВ «ШВЕЙМАШ» був [інформація, доступ до якої обмежено] із часткою у статутному капіталі 100 %, який також є керівником Заявника 1; кінцевим бенефіціарним власником ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» був [інформація, доступ до якої обмежено] із часткою у статутному капіталі 88,8 %. [інформація, доступ до якої обмежено] володіє часткою у розмірі 11,2 % у статутному капіталі Заявника 2.
- (68) При цьому [інформація, доступ до якої обмежено] перебувають у родинних відносинах (на підтвердження вказаного в додатках до листа від 18.03.2026 № 19 (вх. Комітету № 8-04/4407 від 24.03.2026) Заявник 2 надав копію паспорта та свідоцтва про народження [інформація, доступ до якої обмежено] та чинять вплив на господарську діяльність обох Заявників.
- (69) Заявники стверджують, що ПП «Компанія СОФТОРГ» на власному вебсайті⁴ (далі – Вебсайт) за посиланням⁵, на каналі «Ютуб» за посиланням⁶ та в соціальних мережах, зокрема «Інстаграм», поширювало рекламу такого змісту:

«JACK VS BRUCE. Яке швейне обладнання краще?»:

«Нащо той Jack? Bruce же краще й дешевше!

Чи варто взагалі порівнювати ці бренди? Адже обидві торговельні марки належать найбільшому виробнику швейного обладнання в Китаї: Jack Sewing Machine Co.

Так-так, це той самий Китай. Мало того, випускається на потужностях однієї компанії. Можна розходитись.

Проте вони дійсно відрізняються. Це як з автомобілями: є транспортні засоби категорії “економ”, а є – “бізнес-клас”. Вони можуть бути випущені одним концерном, проте різниця колосальна!

⁴<https://softorg.ua>

⁵<https://softorg.ua/novyny/bruce-vs-jack-yake-obladnannya-krashhe/>

⁶https://www.youtube.com/channel/UCWa4XQuaD_GW7RKqjqQJMwQ/community?lb=UgkxG07eJiJBM3QdVCbvczI4E5XgD3SZNCVz
https://www.instagram.com/softorg_ukraine/

Перевагами обладнання Jack є

- *Широкий модельний ряд, що постійно поповнюється новим інноваційним обладнанням.*

- *Якість сервісного обслуговування, готові ремонтні комплекти, зручність замовлення запчастин.*

- *Комплектація та якість деталей. З досвіду наших клієнтів, машини Jack легше переобладнати під потреби виробництва, вони більш функціональні, швидкісні та надійні. На “начинці” Bruce трохи зекономили, й вони частіше виходять з ладу.*

- *Приємні бонуси для клієнтів. В комплекті з багатьма моделями Jack йдуть швейні набори, світильники, ремонтні комплекти та інші “смаколики”.*

Ми пропонуємо тільки кращі рішення своїм клієнтам. Тож, якщо шукаєте по-справжньому надійне та функціональне обладнання, це Jack.

Тим більше, що різниця в ціні з аналогами Bruce не така вже й космічна».

А яке обладнання для свого виробництва обираєте ви?»

(далі – Повідомлення).

- (70) На підтвердження вказаного Заявники надали в додатках до Заяви відповідні фотокопії (скриншоти), які свідчать про наявність Повідомлення станом на березень 2024 року на вказаних інтернет-ресурсах.
- (71) У листах від 13.05.2024 б/н (вх. Комітету № 8-04/6771 від 14.05.2024) та від 13.05.2024 б/н (вх. Комітету № 8-04/6855 від 16.05.2024) Заявники зазначили, що твердження **«Проте вони дійсно відрізняються. Це як з автомобілями: є транспортні засоби категорії “економ”, а є - “бізнес-клас”. Вони можуть бути випущені одним концерном, проте різниця колосальна!»** Заявники вважають неправдивим та спрямованим на формування в потенційних покупців уявлення про те, що швейні машинки під позначенням «JACK» належать до товару «преміумкласу», а швейні машинки під позначенням «BRUCE» – до «економкласу».
- (72) Твердження **«Комплектація та якість деталей. З досвіду наших клієнтів, машини Jack легше переобладнати під потреби виробництва, вони більш функціональні, швидкісні та надійні. На “начинці” Bruce трохи зекономили, й вони частіше виходять з ладу»** Заявники вважають неправдивим та спрямованим на формування в потенційних покупців уявлення про те, що швейні машинки під позначенням «JACK» є більш надійними та функціональними й переважають за своїми технічними характеристиками швейні машинки під позначенням «BRUCE».
- (73) При цьому Заявники зазначають, що враховуючи, що лінійка швейних машинок торговельних марок «JACK» та «BRUCE» нараховує десятки видів таких товарів, різних за своїми характеристиками та функціональним призначенням, Підприємство не наводить жодних результатів випробувань щодо зіставлення технічних характеристик швейних машинок під позначенням «JACK» та під позначенням «BRUCE».
- (74) ТОВ «ШВЕЙМАШ» і ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» стверджують, що твердження в Повідомленні не підтверджені будь-якими фактичними даними, які є достовірними, об’єктивними та корисними для інформування споживачів, що суперечить вимогам Закону України «Про рекламу».
- (75) Також Заявники вважають, що відомості в Повідомленні містять неправдиву інформацію про якість товарів торговельної марки «BRUCE» та спрямовані на дискредитацію Заявників як прямих конкурентів, що має наслідком створення перешкод для просування та реалізації ними швейного обладнання під позначенням «BRUCE» за рахунок привернення уваги до товарів під позначенням «JACK» завдяки повідомленню про неіснуючі недоліки швейного обладнання під позначенням

«BRUCE».

- (76) ТОВ «ШВЕЙМАШ» і ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» вважають, що оскільки вони імпортують швейне обладнання під позначенням «BRUCE» та здійснюють його реалізацію на території України, поширення Повідомлення є неправомірною порівняльною рекламою, яка містить недостовірну інформацію, що повідомляється невизначеному колу осіб у мережі «Інтернет» та безпосередньо впливає на наміри цих осіб придбати швейне обладнання під позначенням «JACK».
- (77) У зв'язку з викладеним Заявники просять визнати дії ПП «Компанія СОФТОРГ», які полягають у поширенні Повідомлення, неправомірною порівняльною рекламою, що є порушенням, передбаченим статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».
- (78) Спільним листом від 12.03.2024 б/н Заявники звернулися до компанії «Jack Technology Co., Ltd.» (виробника швейних машинок під позначеннями «JACK» та «BRUCE») з проханням проінформувати їх щодо позиції вказаного підприємства з приводу поширення ПП «Компанія СОФТОРГ» Повідомлення.
- (79) Компанія «Jack Technology Co., Ltd.» листом від 03.04.2024 б/н повідомила Заявників, що негативно ставиться до поширення ПП «Компанія СОФТОРГ» Повідомлення, оскільки вважає, що відомості, які містяться в цих рекламних публікаціях, не відповідають дійсності та спричиняють виникнення негативного враження про якість швейного обладнання під торговельною маркою «BRUCE» у споживачів.
- (80) Нотаріально засвідчений переклад вказаного листа компанії «Jack Technology Co., Ltd.» від 03.04.2024 б/н Заявник 1 надав листом від 26.02.2025 б/н (вх. № 8-04/3034 від 27.02.2025).
- (81) Заявники також зазначили, що зверталися до компетентних установ, які здійснюють судові експертизи та включені до державного реєстру атестованих судових експертів із питання дослідження та оцінки устаткування легкої і текстильної промисловості щодо надання експертних висновків, які стосуються предмета розгляду Справи. Проте, як зазначили Заявники, організаціями, включеними до реєстру атестованих судових експертів, послуги з дослідження та оцінки устаткування легкої та текстильної промисловості, зокрема швейних машинок, не надаються.
- (82) Щодо узагальненої інформації про кількість звернень за 2022–2024 роки до кожного із Заявників щодо сервісного обслуговування швейних машинок під позначенням «BRUCE», пов'язаних із виходом їх з ладу, Заявники повідомили, що за період 2022–2024 років жодних звернень контрагентів щодо проведення гарантійного ремонту товару (швейних машинок не надходило).
- (83) Заявники також зазначили, що кваліфікований персонал, наявний у штаті ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання», в змозі здійснювати сервісне обслуговування швейних машинок, водночас за період з 2022 по 2024 роки ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання» фактично не надавало вказаних послуг.
- (84) Разом із тим більшість клієнтів (покупців) Заявника 2 є суб'єктами господарювання, які здійснюють професійну діяльність у сфері легкої промисловості й знаходяться в різних регіонах України, та з метою мінімізації часу й витрат такі особи самостійно здійснюють сервісне обслуговування швейних машинок власними та/або залученими силами.
- (85) При цьому з наданих Заявником 2 підтверджувальних документів убачається, що умови окремих угод на постачання швейного обладнання, укладені з контрагентами, передбачають, що ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання» бере на себе зобов'язання

власними силами та за рахунок власних коштів здійснювати ремонт товарів, які є предметом цих угод, що підтверджується, зокрема, наданою Заявником 2 копією договору поставки, укладеного ним із ТОВ «КРОК-Спецодяг груп» (пункт 3.6 договору поставки від 12.01.2023 № 12-01/2023).

- (86) Заявники також надали порівняльні характеристики окремих видів швейних машинок (див. додаток 1 до цього рішення), з яких вбачається, що окремі моделі швейного обладнання під позначеннями «JACK» та «BRUCE» мають ідентичні характеристики за такими параметрами, як максимальна швидкість, наявність механізмів автоматичної обрізки ниток та автоматичного підйому лапки.

4.2. Обставини, які повідомило ПП «Компанія СОФТОРГ»

- (87) ПП «Компанія СОФТОРГ» здійснює *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (88) Реалізацію швейних машинок під позначенням «JACK» ПП «Компанія СОФТОРГ» здійснює *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (89) На підтвердження вказаного в додатку до листа від 08.07.2024 № 04-08/07/2024 (вх. Комітету № 8-04/1249-кі від 10.07.2024) Підприємство надало *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (90) *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (91) ПП «Компанія СОФТОРГ» реалізує *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (92) *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (93) У господарських відносинах ПП «Компанія СОФТОРГ» із Заявниками не перебувало та не перебуває.
- (94) Обсяги реалізації Підприємством швейних машинок під позначенням «JACK», зокрема, за 2023 рік *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (95) З наданої Підприємством інформації вбачається, що реалізацію в Україні швейних машинок під позначенням «BRUCE» здійснюють Заявник 1, Заявник 2 і ТОВ «СМ Україна», а реалізацію швейних машинок під позначенням «JACK» – тільки ПП «Компанія СОФТОРГ».
- (96) Підприємство повідомило, *[інформація, доступ до якої обмежено]*
- (97) Вебсайт, сторінка на каналі «Ютуб» за посиланням⁷ та в соціальній мережі «Інстаграм» за посиланням⁸ належать *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (98) На підтвердження вказаного в додатках до листа від 08.07.2024 № 04-08/07/2024 (вх. Комітету № 8-04/1249-кі від 10.07.2024) Підприємство надало *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (99) У цьому ж листі ПП «Компанія СОФТОРГ» зазначило, що *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (100) *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (101) *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (102) Щодо того, якими особами / установами визначено та підтверджено (зокрема до дати публікації Повідомлення) переваги швейних машинок (обладнання) під позначенням

⁷https://www.youtube.com/channel/UCWa4XQuaD_GW7RKjqQJmWQ/community?lb=UgkxG07eJiJBM3QdVCbvzI4E5XgD3SZNCVz

⁸https://www.instagram.com/softorg_ukraine/

«JACK» безпосередньо над швейними машинками під позначенням «BRUCE» за кожним із показників окремо та рівнем якості обслуговування, пов'язаним з їх використанням, про які йдеться в Повідомленні, ПП «Компанія СОФТОРГ» надало такі пояснення.

- (103) В обґрунтування твердження в Повідомленні **«Проте вони дійсно відрізняються. Це як з автомобілями: є транспортні засоби категорії "економ", а є - "бізнес-клас". Вони можуть бути випущені одним концерном, проте різниця колосальна!»** щодо відмінностей між швейними машинками (обладнанням) під позначенням «JACK» та під позначенням «BRUCE» в контексті порівняння категорій товарів «економ» та «бізнескласу» ПП «Компанія СОФТОРГ», зокрема, зазначило, *[інформація, доступ до якої обмежено]* (далі – Експертне дослідження 1).
- (104) У висновку Експертного дослідження 1, зокрема, зазначено, *[інформація, доступ до якої обмежено]*
- (105) Щодо твердження **«Широкий модельний ряд, що постійно поповнюється новим інноваційним обладнанням»** ПП «Компанія СОФТОРГ» зазначає, *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (106) Крім того, на думку Підприємства, інноваційність обладнання полягає, *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (107) *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (108) Щодо твердження про **«Якість сервісного обслуговування»** швейних машинок під позначенням «JACK» у Повідомленні ПП «Компанія СОФТОРГ» зазначило таке.
- (109) *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (110) Щодо твердження **«готові ремонтні комплекти»** ПП «Компанія СОФТОРГ» зазначило, *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (111) ПП «Компанія СОФТОРГ» також зазначило, *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (112) *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (113) Щодо твердження **«зручність замовлення запчастин»** Підприємство зазначило, *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (114) Разом із тим Підприємство не навело аналогічних характеристик швейного обладнання під позначенням «BRUCE» та не надало пояснень, у чому полягають переваги швейного обладнання під позначенням «JACK» безпосередньо над швейним обладнанням під позначенням «BRUCE» за вказаними характеристиками та якістю його сервісного обслуговування, відображених у твердженнях: **«Якість сервісного обслуговування», «готові ремонтні комплекти», «зручність замовлення запчастин»**.
- (115) Твердження **«Комплектація та якість деталей. З досвіду наших клієнтів швейні машини під позначенням «JACK» легше переобладнати під потреби виробництва, вони більш функціональні, швидкісні та надійні»**, підтверджується, на думку Підприємства, у тому числі інформацією *[інформація, доступ до якої обмежено]* (далі – Листи).
- (116) В обґрунтування твердження щодо переваг швейних машинок під позначенням «JACK» у якості та комплектації деталей ПП «Компанія СОФТОРГ» навело також *[інформація, доступ до якої обмежено]* (див. табл. 1).

Таблиця 1 *[інформація, доступ до якої обмежено]*

- (117) При цьому з аналізу інформації [інформація, доступ до якої обмежено], які надав Відповідач, вбачається, що, [інформація, доступ до якої обмежено].
- (118) Також відповідно до наданого Підприємством посилання [інформація, доступ до якої обмежено].
- (119) Як вбачається з таблиці 1, ПП «Компанія СОФТОРГ» навело [інформація, доступ до якої обмежено].
- (120) Щодо твердження **«На "начинці" Bruce трохи зекономили, й вони частіше виходять з ладу»** Підприємство зазначило, [інформація, доступ до якої обмежено].
- (121) ПП «Компанія СОФТОРГ» також повідомило, [інформація, доступ до якої обмежено].
- (122) Разом із тим Підприємство не надало доказів на підтвердження того, що строк експлуатації електроніки, якою комплектуються швейні машинки під позначенням «JACK», є довшим, ніж електроніки, якою комплектуються швейні машинки під позначенням «BRUCE», а також, що деталі швейних машинок під позначенням «JACK» вважаються більш надійними порівняно з аналогічними запчастинами, встановленими на швейних машинках під позначенням «BRUCE».
- (123) У листі від 11.03.2025 № 11-01/03/2025 (вх. Комітету № 8-04/347-кі від 17.03.2025) ПП «Компанія СОФТОРГ» надало лише інформацію [інформація, доступ до якої обмежено].
- (124) При цьому з листа від 11.03.2025 № 11-01/03/2025 (вх. Комітету № 8-04/347-кі від 17.03.2025) вбачається, що будь-якими даними щодо кількості випадків сервісного обслуговування / виходу з ладу швейних машинок під позначенням «BRUCE» за аналогічний період ПП «Компанія СОФТОРГ» не володіє.
- (125) ПП «Компанія СОФТОРГ» також зазначило, що [інформація, доступ до якої обмежено].
- (126) Щодо надання доказів отримання Підприємством до дати початку поширення Повідомлення інформації від своїх клієнтів про те, що досвід таких осіб свідчить про переваги швейних машинок під позначенням «JACK» безпосередньо над швейними машинками під позначенням «BRUCE» за кожним із таких показників та робочих характеристик:
«Комплектація та якість деталей»;
«Машини Jack легше переобладнати під потреби виробництва»;
«вони більш функціональні,
швидкісні,
та надійні»;
«На "начинці" Bruce трохи зекономили, й вони частіше виходять з ладу»,
 Підприємство зазначило таке.
- (127) ПП «Компанія СОФТОРГ» [інформація, доступ до якої обмежено].
- (128) Під час підготовки до проведення вказаного заходу [інформація, доступ до якої обмежено] (далі – Опитування 1), серед яких – як представники великих швейних фабрик, так і невеликих швейних виробництв.
- (129) Респонденти, які брали участь в Опитуванні 1, [інформація, доступ до якої обмежено].
- (130) Підприємство стверджує, що за результатами Опитування 1, [інформація, доступ до якої обмежено].
- (131) ПП «Компанія СОФТОРГ» також зазначає, [інформація, доступ до якої обмежено].
- (132) Крім того, Підприємство також [інформація, доступ до якої обмежено].

- (133) В обґрунтування твердження в Повідомленні **«Ми пропонуємо тільки кращі рішення своїм клієнтам. Тому, якщо шукаєте по-справжньому надійне та функціональне обладнання, це "Jack"»** в контексті порівняння швейних машинок (обладнання) під позначенням «JACK» та швейних машинок (обладнання) під позначенням «BRUCE» Підприємство зазначило таке.
- (134) [інформація, доступ до якої обмежено].
- (135) [інформація, доступ до якої обмежено].
- (136) [інформація, доступ до якої обмежено].
- (137) [інформація, доступ до якої обмежено].
- (138) Разом із тим, надаючи пояснення щодо підстав для твердження в Повідомленні **«Ми пропонуємо тільки кращі рішення своїм клієнтам. Тому, якщо шукаєте по-справжньому надійне та функціональне обладнання, це "Jack"»** Підприємство не навело відомостей щодо доказів кращих рішень для своїх клієнтів, які ґрунтуються на об'єктивному та зіставному порівнянні з аналогічними пропозиціями Заявників.
- (139) На думку Підприємства, [інформація, доступ до якої обмежено].
- (140) Також ПП «Компанія СОФТОРГ» зазначило, [інформація, доступ до якої обмежено].
- (141) При цьому Підприємство зауважило, [інформація, доступ до якої обмежено].
- (142) Листом від 03.12.2025 № 03-12/2025 (вх. Комітету № 8-01/17255 від 08.12.2025) ПП «Компанія СОФТОРГ» надало пояснення у Справі, у яких, зокрема, зазначило таке.
- (143) ПП «Компанія СОФТОРГ» вважає, що інформація у вигляді Повідомлення не є рекламою з огляду на те, що поширення Повідомлення здійснено Підприємством без мети самореклами.
- (144) Підприємство також зазначає, що не є виробником товарів торговельної марки «JACK», а також до дати поширення Повідомлення, крім вказаного обладнання, здійснювало також продаж товарів інших торговельних марок різних виробників.
- (145) Так, у каталозі інтернет-магазину ПП «Компанія СОФТОРГ» доступне для замовлення промислове швейне обладнання більше ніж 20 брендів різних виробників, а саме: Battistella, Cheering, Dermay, Dison, Gemini, Haimu, HAMS, han-Bond, HT, Jack, Jaki, JEUX, JIN, Juck, Juki, Kaisiman, KANSAI SPECIAL, KRAFFT, Machinery Co.Ltd, Malkan, Mitsubishi, Ningbo, OSHIMA, Pegasus, RightPlotter, Serkon, TKT, UMA, Umit Makina, Yeshi, Zoyer.
- (146) З урахуванням вказаного ПП «Компанія СОФТОРГ» вважає, що поширення будь-якої інформації про торговельну марку «JACK», у тому числі про переваги та/або позиціонування товарів цього бренду, не є поширенням інформації виключно про Підприємство.
- (147) Отже, ПП «Компанія СОФТОРГ» вважає, що оскільки Підприємство не є виробником вищевказаних товарів, вони не можуть вважатися виключно товарами Підприємства, а поширення інформації про кожен із таких товарів – саморекламою в розумінні пункту 15 частини першої статті 1 Закону України «Про рекламу».
- (148) Наступним Підприємство зазначає, що поширення Повідомлення здійснювалося виключно з метою залучення обговорення зазначених у повідомленні товарів, а також у просвітницьких цілях – з метою інформування читачів про позиціонування на ринку товарів одного виробника — компанії «JACK SEWING MACHINE CO., LTD», а правильність поширеної в Повідомленні інформації щодо позиціонування товару підтверджується самим виробником.

- (149) На підтвердження вказаного Підприємство в додатках до листа від 03.12.2025 № 03-12/2025 (вх. Комітету № 8-01/17255 від 08.12.2025) надало копію листа компанії «Jack Technology Co.» від 24.11.2025, яка є власником ТМ «BRUCE» та ТМ «JACK», у якому зазначено:

«Jack Technology Co., Ltd. видає цю офіційну заяву для уточнення взаємовідносин та ринкового позиціонування своїх двох брендів, JACK та BRUCE, на українському ринку. Це уточнення надається з огляду на нещодавні ринкові комунікації та подальші юридичні запити. Компанія підтверджує, що бренд BRUCE є зареєстрованим дочірнім брендом та невід'ємною частиною Jack Technology Co., Ltd. Обидва бренди повністю належать та управляються нашою групою компаній. Стратегічне позиціонування кожного бренду чітко визначено для задоволення потреб конкретних сегментів ринку Бренд JACK стратегічно позиціонується на ринку середнього та високого цінового сегментів. Компанія спеціалізується на розробці комплексних рішень для швейного обладнання для середніх та великих фабрик. Основна спеціалізація бренду полягає у вирішенні складних, комплексних завдань швейного виробництва за допомогою широкого асортименту інноваційного обладнання, оснащеного компонентами найвищої якості. Бренд BRUCE стратегічно позиціонується на ринку середнього та низького цінового сегментів. Його основний інженерний фокус та зобов'язання полягають у наданні обладнання, яке забезпечує безперебійне шиття, зокрема гарантуючи відсутність обривів голок та ниток, для задоволення базових потреб шиття. Ця чітка архітектура бренду є цілеспрямованою та довговічною стратегією Jack Technology Co., Ltd.».

- (150) З урахуванням вказаного застосоване в Повідомленні порівняння **«Проте вони дійсно відрізняються. Це як з автомобілями: є транспортні засоби категорії "економ", а є - "бізнес-клас". Вони можуть бути випущені одним концерном, проте різниця колосальна!»** Підприємство вважає цілком коректним та таким, що відтворює позиціонування товарів самим виробником у різних цінових сегментах.
- (151) На підставі викладеного Підприємство робить висновок про те, що у діях Відповідача відсутній повний склад правопорушення, передбаченого статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» (неправомірної порівняльної реклами), оскільки Повідомлення не є рекламою товарів саме Відповідача, містить достовірну інформацію про товари одного й того самого виробника, призначені для різних цінових сегментів.
- (152) З приводу того, які саме типи та/або модельні ряди швейних машинок були предметом порівняння у Повідомленні, ПП «Компанія СОФТОРГ» у листі від 03.03.2026 № 03-03/03/2026 (вх. Комітету № 8-04/364-кі від 09.03.2026) зазначило, *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (153) ПП «Компанія СОФТОРГ» також вважає, що Повідомлення не мало безпосереднього та негативного впливу на права та/або діяльність Заявників, не справляло і не могло справляти відчутного впливу на умови конкуренції на ринку, зокрема, з огляду на короткий строк поширення Повідомлення та відсутність будь-якого впливу на розмір доходу Заявників.
- (154) Зазначене твердження Підприємство обґрунтовує також і тим, що за інформацією з відкритих джерел⁹, ТОВ «ШВЕЙМАШ» за останні 3 роки взагалі не мало працівників і доходу, отже, поширення Повідомлення не могло вплинути на його права та/або законні інтереси та враховуючи відсутність такого доходу, він не міг зменшитися внаслідок поширення Повідомлення.

⁹<https://opendatabot.ua/c/40096384>

- (155) Крім того, Підприємство стверджує, що враховуючи цей факт, можна дійти висновку, що ТОВ «ШВЕЙМАШ» взагалі не є учасником ринку, на якому здійснюється реалізація швейного обладнання.
- (156) ПП «Компанія СОФТОРГ» також зазначає, що виходячи з річної фінансової звітності ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання», відображеної у відкритих джерелах інформації¹⁰, його дохід за 2024 рік лише зріс. Так, дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) Заявника 2 за 2024 рік становив 76 481 800,00 грн, а за аналогічний період попереднього року – 67 852 900,00 грн.
- (157) За підрахунками Підприємства, за результатами 2024 року дохід ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання» зріс на 8,6 мільйона грн, що, на думку ПП «Компанія СОФТОРГ», свідчить про те, що поширення Повідомлення не мало відчутного впливу на конкуренцію і не порушило прав та законних інтересів Заявника 2.
- (158) Листом від 03.03.2026 № 03-03/03/2026 (вх. Комітету № 8-04/364-кі від 09.03.2026) Підприємство надало інформацію *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (159) Інформацію щодо модельного ряду, видів, основних характеристик та цін усього асортименту швейного обладнання під позначенням «JACK», реалізацію якого ПП «Компанія СОФТОРГ» здійснювала в Україні упродовж 2023–2024 років, Підприємство надало у додатках до листа від 03.03.2026 № 03-03/03/2026 (вх. Комітету № 8-04/364-кі від 09.03.2026).

4.3. Обставини, які повідомив КНУТД

- (160) Листом від 07.04.2025 № 01-53/798 (вх. Комітету № 10-04/5376 від 09.04.2025) КНУТД повідомив про таке.
- (161) З метою реалізації стратегічних завдань своєї діяльності, зокрема з метою розвитку технологій легкої промисловості та покращення якості підготовки майбутніх фахівців, КНУТД підтримує та розвиває взаємовигідні партнерські зв'язки, у тому числі з ПП «Компанія СОФТОРГ».
- (162) З Підприємством КНУТД співпрацює з 2017 року, на підтвердження чого у додатках до листа від 07.04.2025 № 01-53/798 (вх. Комітету № 10-04/5376 від 09.04.2025) надано копії договору від 29.11.2017 № 1136-1 про співпрацю, укладеного між КНУТД та Підприємством, та чинного договору від 01.12.2022 № 16-22 про спільну діяльність вказаних осіб.
- (163) За наданою КНУТД інформацією, ПП «Компанія СОФТОРГ» бере активну участь у навчальному процесі КНУТД для забезпечення якості освітніх програм, зокрема, представники Підприємства читають лекції для здобувачів вищої освіти КНУТД, а також є спікерами на пленарних засіданнях спеціалізованих конференцій.
- (164) У відповідь на питання вимоги державного уповноваженого Комітету від 20.03.2025 № 127-26.4/04-2995є щодо надання однозначної відповіді, чи було встановлено КНУТД (його посадовими особами) за результатом його діяльності / досліджень тощо наявність переваг швейних машинок під позначенням «JACK» над швейними машинками під позначенням «BRUCE» за показниками / характеристиками, про які йдеться у Повідомленні, КНУТД зазначив, зокрема, що не є автором твердження: «Комплектація та якість деталей. ... машини Jack легше переобладнати під потреби виробництва, вони більш функціональні, швидкісні та надійні. На “начинці” Bruce трохи зекономили, й вони частіше виходять з ладу».
- (165) Також КНУТД та його окремі посадові особи не зверталися до експертних центрів чи

¹⁰<https://opendatabot.ua/c/35860885 from=search>

інших дослідних організацій з приводу встановлення переваг чи недоліків швейних машин під позначенням «JACK» та «BRUCE», оскільки КНУТД не є постачальником вказаних швейних машин та для його діяльності подібні дослідження не вимагаються.

- (166) Крім того, КНУДТ повідомив, що ПП «Компанія СОФТОРГ» звернулося до нього з усним запитом щодо досвіду використання швейних машинок під позначеннями «JACK» та «BRUCE», у відповідь на який:

листом від 01.07.2024 № 54-54/1374 [інформація, доступ до якої обмежено], КНУТД зокрема, зазначив: «...складається враження, що завод-виробник використовує більш якісні запчастини саме при виготовленні машин “Jack”. Це стосується, зокрема, човників, механізмів подачі (руху) матеріалу, зубчастих рейок та ін. В цілому це істотно не впливає на роботу обладнання, але в довгостроковій перспективі може викликати збільшення вартості обслуговування та ремонту. Виходячи з досвіду спілкування з викладачами та студентами, можна зробити висновок, що працювати з машинами бренду “Jack” в цілому простіше, вони є більш зручними в обслуговуванні»;

[інформація, доступ до якої обмежено], КНУТД в листі від 01.07.2024 № 53-53/371, зокрема, зазначила, що «порівняно з брендом “Bruce”, швейні машини бренду “Jack” більш зручні у налаштуванні, що важливо у навчальному процесі, враховуючи змінні завдання для студентів. На думку викладачів і студентів, працювати з “Jack” простіше».

- (167) Також КНУДТ зазначив, що веде діалог із ПП «Компанія СОФТОРГ» щодо використання швейних машин, проте не підтвердив, що як до дати публікації Повідомлення (08.03.2024), так і після цієї дати надавав Підприємству інформацію щодо переваг швейних машинок під позначенням «JACK» над швейними машинками під позначенням «BRUCE», яка за своїм змістом відображена у Повідомленні та/або окремих його частинах.

4.4. Обставини, які повідомило ТОВ «СМ Україна»

- (168) З наданої ТОВ «СМ Україна» листом від 06.04.2026 б/н (вх. Комітету № 8-04/5189 від 06.04.2026) інформації вбачається, що ТОВ «СМ Україна» здійснює реалізацію в Україні швейного обладнання, зокрема машинок під позначенням «BRUCE».
- (169) Товари, про які йдеться у Повідомленні, виробляються однією компанією «JACK TECHNOLOGY CO., LTD» та є однорідними.
- (170) Однак наведені у Повідомленні порівняння, на думку ТОВ «СМ Україна», не містять належної аргументації щодо переваг швейного обладнання під позначенням «JACK» над швейним обладнанням під позначенням «BRUCE» та належного порівняння технічних характеристик вказаного швейного обладнання.
- (171) ТОВ «СМ Україна» вважає, що Повідомлення містить викривлену (неправдиву) інформацію про якість товарів, у зв'язку із чим дискредитується становище на ринку інших суб'єктів господарювання, які здійснюють реалізацію швейного обладнання під позначенням «BRUCE».
- (172) Прямим наслідком Повідомлення, як стверджує ТОВ «СМ Україна», є створення негативного іміджу у споживачів щодо якості швейного обладнання під позначенням «BRUCE», та, оскільки ТОВ «СМ Україна» здійснює реалізацію швейного обладнання під позначенням «BRUCE», Повідомлення негативно впливає на його ділову репутацію.
- (173) Враховуючи, що кількість постачальників на ринку швейного обладнання, як вважає ТОВ «СМ Україна», є невеликою, вказане рекламне повідомлення може привертати увагу потенційних споживачів та стимулювати їх до придбання саме товарів під

позначенням «JACK», що призводить до отримання неправомірних переваг у конкуренції.

4.5. Обставини, встановлені за результатами опитувань та експертних досліджень, які надало ПП «Компанія СОФТОРГ»

(174) Листом від 29.05.2025 № 29/05 (вх. Комітету № 8-04/8396 від 02.06.2025) Підприємство надало клопотання про долучення до матеріалів копій Експертного дослідження 1 та висновку експертного дослідження Одеського науково-дослідного експертно-криміналістичного центру Міністерства внутрішніх справ України (далі – ОНДЕКЦ) від 14.04.2025 № ЕД-19/116-25/5571-ФХД (далі – Експертне дослідження 2).

(175) Предметом Експертного дослідження 1, здійсненого на підставі договору від 30.01.2025 № 24-5964, укладеного між представником Підприємства та ОНДІСЕ, є такі питання:

1. Чи містяться в текстовому фрагменті (Повідомленні) висловлювання позитивного чи негативного характеру щодо торговельної марки «BRUCE»?

2. Чи містяться в текстовому фрагменті (Повідомленні) висловлювання образливого характеру щодо торговельної марки «BRUCE»?

(176) На підставі контекстологічного, предметно-тематичного, лексико-семантичного аналізу предмета Експертного дослідження 1 встановлено, що комунікативна інтенція (намір, задум) авторів Повідомлення полягає у поданні інформації щодо виробів торговельних марок «BRUCE» та «JACK» та із цією метою автор Повідомлення висловлює такі думки:

торговельні марки «BRUCE» та «JACK» є власністю виробника швейного обладнання компанії «Jack Sewing Machine Co., LTD.»;

вироби товарів під торговельними марками «BRUCE» та «JACK» не схожі за своїми особливостями;

подає відомості щодо переваг виробів торговельних марок під позначенням «JACK» та зазначає, що з метою економного витрачання коштів зменшили витрати на внутрішню комплектацію виробів торговельної марки «BRUCE».

(177) Відповідно до висновків Експертного дослідження 1:

1. Висловлювання негативного чи позитивного характеру щодо торговельної марки «BRUCE» у Повідомленні відсутні.

2. У наданих для дослідження матеріалах відсутні висловлювання образливого характеру щодо торговельної марки «BRUCE».

(178) При цьому у примітці до Експертного дослідження 1 зазначено, що оцінка достовірності інформації, викладеної у наданих для дослідження текстових фрагментах, виходить за межі компетенції експертів-лінгвістів.

(179) Предметом Експертного дослідження 2 є порівняння якісного складу наданих на дослідження деталей швейних машин під позначеннями «BRUCE» та «JACK» відповідно до переліку, наведеного в постанові про призначення Експертного Дослідження 2.

(180) Місцем проведення Експертного дослідження 2 є лабораторія відділу досліджень і матеріалів, речовин і виробів ОНДЕКЦ.

(181) За результатами Експертного дослідження 2 встановлено, що надані до порівняння деталі швейних машин під позначеннями «BRUCE» та «JACK» збігаються та відрізняються за якісним та кількісним складом елементів.

(182) При цьому інших висновків, зокрема, щодо впливу різниці якісного та кількісного

складу елементів на функціональні властивості обладнання, деталі якого є предметом дослідження, Експертне дослідження 2 не містить.

- (183) За наданою Підприємством інформацією, *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (184) У додатку 3 до листа від 11.03.2025 № 11-01/03/2025 (вх. Комітету № 8-04/347-кі від 17.03.2025) Підприємство надало *[інформація, доступ до якої обмежено]*
- (185) *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (186) У листі від 11.03.2025 № 11-01/03/2025 (вх. Комітету № 8-04/347-кі від 17.03.2025) ПП «Компанія СОФТОРГ» надало *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (187) *[інформація, доступ до якої обмежено]*
- (188) *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (189) Підприємство також надало *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (190) *[інформація, доступ до якої обмежено]*».
- (191) *[інформація, доступ до якої обмежено]*
- (192) *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (193) *[інформація, доступ до якої обмежено]*.

5. ОБСТАВИНИ, ЯКІ ВСТАНОВИВ КОМІТЕТ

- (194) ТОВ «ШВЕЙМАШ» і ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» є офіційними імпортерами автоматичних та напівавтоматичних промислових швейних машин під позначенням «BRUCE» в Україні, виробником яких є компанія «Jack Technology Co., LTD.». Зазначене підтверджується копіями відповідних контрактів:

від 20.11.2017 № 15/BRC, від 20.11.2017 № 15/BRC, укладених ТОВ «ШВЕЙМАШ» з компанією «Jack Sewing Machine Co., LTD.»;

від 13.01.2023 № SV01-2023, від 13.01.2023 № SV02-2023, від 20.04.2023 № SV04-2023, укладених ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» з компанією «Jack Technology Co., LTD.»;

інвойсів від 27.12.2017 № JK18395 S/C NO.: 171120-UA-SV-15, від 27.12.2017 № JK186006 S/C NO.: 171120-UA-SV-16, від 23.03.2023 № JKYYJ23137 S/C NO.: JK221220-UA-SV-07.

- (195) Здійснення Заявниками реалізації швейного обладнання під позначенням «BRUCE» в Україні підтверджується, зокрема, копіями:

договору поставки від 15.12.2016 № 01/15-12-2016, укладеного ТОВ «ШВЕЙМАШ» з товариством з обмеженою відповідальністю «ДНІПРО-ФІШЕР» (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*) та видаткової накладної від 15.12.2016 № 298;

договору поставки від 14.11.2023 № 01/14-11-2023, укладеного ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» з ТОВ «ТЕРРА-ТЕКС», та видаткової накладної від 16.01.2024 № 5 до вказаного договору;

договору поставки від 12.01.2023 № 04/12-01-2023, укладеного ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання» з ТОВ «Крок-Спецодяг Групп», та видаткової накладної від 01.02.2023 до вказаного договору;

договору поставки від 09.01.2023, укладеного між Заявником 2 та ТОВ «ЯРОСЛАВ», та видаткової накладної від 23.01.2023 № 16 до вказаного договору.

- (196) Упродовж 2023–2024 років Заявник 2 здійснював реалізацію в Україні швейного обладнання під позначенням «BRUCE», про що свідчить бухгалтерська довідка

ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання», від 18.03.2026, надана у додатках до листа від 18.03.2026 № 19 (вх. Комітету № 8-04/4407 від 24.03.2026), при цьому Заявник 1 у 2023–2024 роках такої реалізації не здійснював.

- (197) Заявник 1 та Заявник 2 пов'язані відносинами контролю, у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», що підтверджується, зокрема, відповідними витягами з ЄДР від 20.01.2026 з кодами доступу 121667029218, 351482201252 та наданими ТОВ «СПАРК-Швейне обладнання» у додатках до листа від 18.03.2026 № 19 (вх. Комітету № 8-04/4407 від 24.03.2026) документами.
- (198) ПП «Компанія СОФТОРГ» [інформація, доступ до якої обмежено].
- (199) Під час розгляду Справи встановлено, що ПП «Компанія СОФТОРГ» з 08.03.2024 по 03.07.2024 поширювало на власному Вебсайті¹¹, сторінці на каналі «Ютуб»¹² та у соціальній мережі «Інстаграм»¹³ Повідомлення, яке містило інформацію про переваги швейних машинок (обладнання) під позначенням «JACK» над швейними машинками під позначенням «BRUCE» та про рівень якості обслуговування, пов'язаний із їх використанням. Зазначене підтверджується поясненнями Підприємства, наданими у листі від 08.07.2024 № 04-08/07/2024, та актом фіксації від 23.05.2024 № 23-05/24.
- (200) **Щодо визначення правової природи повідомлення як реклами згідно із Законом України «Про рекламу».**
- (201) Відповідно до пункту 15 частини першої статті 1 Закону України «Про рекламу» реклама – інформація про особу, ідею та/або товар, розповсюджена за грошову чи іншу винагороду або з метою самореклами в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена, щоб сформувати або підтримати у прямий (пряма реклама, телепродаж) або непрямий (спонсорство, розміщення товару (продакт-плейсмент)) спосіб обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес щодо таких особи, ідеї та/або товару.
- (202) Відповідно до пункту 24 частини першої Закону України «Про рекламу» споживачі реклами – невизначене коло осіб, на яких спрямовується реклама.
- (203) Згідно з пунктом 19 частини першої Закону України «Про рекламу» рекламодавець - особа, яка є замовником виробництва та/або розповсюдження реклами.
- (204) Відповідно до частини другої статті 11 Закону України «Про рекламу» відповідальність за неправомірне порівняння в рекламі несе рекламодавець.
- (205) Згідно з пунктом 11 статті 1 Закону України «Про рекламу» недобросовісна реклама – 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.
- (206) З урахуванням наведених положень Закону України «Про рекламу» для віднесення інформації до реклами визначальним є встановлення сукупності таких ознак, зокрема: поширення інформації у будь-якій формі та будь-яким способом; наявність у такій інформації відомостей про особу та/або товар; а також спрямованість відповідної інформації на формування або підтримання обізнаності споживачів та їх інтересу щодо таких особи та/або товару. Наявність зазначених ознак у сукупності свідчить про те, що відповідна інформація є рекламою в розумінні Закону України «Про рекламу».

¹¹<https://softorg.ua/novyny/bruce-vs-jack-yake-obladnannya-krashhe/>

¹²https://www.youtube.com/channel/UCWa4XQuaD_GW7RKqjqQJMwQ/community?lb=UgkxG07eJiJBM3OdVCbvczI4E5XgD3SZNCVz

¹³https://www.instagram.com/softorg_ukraine/

- (207) Повідомлення є інформацією про товари – швейні машинки під позначенням «JACK», щодо яких Підприємство виступає імпортером та здійснює їх ввезення на територію України для подальшої реалізації з метою одержання прибутку. При цьому Повідомлення є саморекламою, яка поширюється через вебресурси й призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів та їх інтерес щодо наведених товарів.
- (208) Так, у Повідомленні, зокрема, йдеться про якісні показники швейних машин під позначенням «JACK», у тому числі про їх переваги. У свою чергу, спрямованість Повідомлення на привертання уваги споживачів до конкретних товарів – промислових швейних машин під позначенням «JACK» та до господарської діяльності Підприємства, яке може їх реалізувати на комерційній основі, є визначальним критерієм віднесення Повідомлення до реклами.
- (209) Відповідальною особою за поширення Повідомлення є ПП «Компанія СОФТОРГ».
- (210) Отже, Комітетом встановлено, що Повідомлення є рекламою в розумінні статті 1 Закону України «Про рекламу».
- (211) ***Обґрунтування належності Повідомлення до порівняльної реклами в розумінні Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» та Закону України «Про рекламу».***
- (212) Статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» передбачено, що порівняльною є реклама, що містить порівняння з іншими особами, товарами (діяльністю) іншої особи, прямо чи опосередковано ідентифікує конкурента або товари чи послуги, що пропонуються конкурентом.
- Правомірність порівняння в рекламі та відповідальність за недотримання встановлених законодавством вимог щодо змісту порівняльної реклами визначається Законом України «Про рекламу».
- (213) Пунктом 13 частини першої статті 1 Закону України «Про рекламу» визначено, що порівняльна реклама – реклама, що містить порівняння з іншими особами та/або товарами (діяльністю) іншої особи, прямо чи опосередковано ідентифікує конкурента або товари чи послуги, що пропонуються конкурентом.
- (214) Частиною першою статті 11 Закону України «Про рекламу» передбачено, що відносини, які виникають у сфері порівняльної реклами, регулюються цим Законом з урахуванням особливостей, визначених законодавством України про захист від недобросовісної конкуренції.
- (215) Відповідно до частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу» використання порівняльної реклами дозволяється в разі, якщо:
- 1) реклама не містить визначених законодавством про захист прав споживачів ознак нечесної підприємницької практики;
 - 2) реклама порівнює однорідні (подібні) товари, які задовольняють одні й ті самі потреби або мають однакове призначення, чи порівнює діяльність, що охоплюється однією сферою чи одним видом діяльності;
 - 3) реклама об'єктивно порівнює одну або кілька суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик однорідного (подібного) товару, діяльності, в тому числі ціну, інформація про які може вплинути на рішення споживача при здійсненні вибору;
 - 4) реклама не дискредитує, не містить неправдивої інформації про якість однорідних (подібних) товарів інших виробників або продавців, не дискредитує діяльність чи

становище інших осіб, репутацію торговельних марок, комерційних (фірмових) найменувань, інші особливості конкурентів або зазначення місць походження товару;

- 5) щодо товару із зазначенням (простим або кваліфікованим) походження порівняння здійснюється щодо товару з аналогічним зазначенням;
 - 6) реклама не створює змішування між рекламодавцем і конкурентом, між товарами, торговельними марками, комерційним (фірмовим) найменуванням та іншими позначеннями рекламодавця та конкурентів;
 - 7) товар конкурента, захищений торговельною маркою або комерційним найменуванням, не зображено способом імітації.
- (216) Враховуючи, що Повідомлення містить порівняння товарів ПП «Компанія СОФТОРГ» (швейних машинок під позначенням «JACK») з товарами Заявників (швейних машинок під позначенням «BRUCE»), що прямо ідентифікує товари останніх, Повідомлення є порівняльною рекламою відповідно до положень статті 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» та повинно відповідати вимогам статті 11 Закону України «Про рекламу».
- (217) Швейне обладнання під позначенням «JACK» та «BRUCE», про які йдеться у Повідомленні, є однорідними товарами, оскільки відповідно до положень підпункту 14.1.131 пункту 14.1 статті 14 Податкового кодексу України однорідні (подібні) товари (роботи, послуги) – товари (роботи, послуги), що не є ідентичними, але мають схожі характеристики і складаються із схожих компонентів, у результаті чого виконують однакові функції порівняно з товарами, що оцінюються, та вважаються комерційно взаємозамінними.
- (218) Про те, що швейне обладнання під позначеннями «JACK» та «BRUCE» є однорідними товарами, також зазначило ТОВ «СМ Україна» у поясненнях, наданих у листі від 06.04.2026 б/н (вх. Комітету № 8-04/5189 від 06.04.2026).
- (219) Отже, Повідомлення містить порівняння однорідних (подібних) товарів Заявників та Підприємства, що задовольняють одні й ті самі потреби та мають однакове призначення, відповідно до положень пункту 2 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу».
- (220) При цьому використання порівняльної реклами є правомірним лише за умови дотримання вимог законодавства, зокрема, якщо таке порівняння є об'єктивним, стосується суттєвих, співставних і репрезентативних характеристик однорідних товарів та ґрунтується на належних доказах.
- (221) Враховуючи специфіку товарів, що реалізуються Підприємством та Заявниками, такі характеристики, як якість сервісного обслуговування, якість деталей, функціональність, швидкість та надійність, є суттєвими, співставними та репрезентативними, оскільки вони безпосередньо можуть впливати на вибір споживачів щодо придбання відповідного обладнання.
- (222) Зазначене обґрунтовано функціональними особливостями та призначенням швейного обладнання, а також підтверджується інформацією, наданою самим Підприємством у листі від 11.03.2025 № 11-01/03/2025 (вх. Комітету № 8-04/347-кі від 17.03.2025), відповідно до якої *[інформація, доступ до якої обмежено]*. При цьому вказані критерії охоплюють поняття якості сервісного обслуговування, якості деталей, функціональності, швидкості та надійності.
- (223) Натомість Повідомлення містило загальні та категоричні твердження щодо переваг обладнання під позначенням «JACK» над обладнанням під позначенням «BRUCE» без

конкретизації моделей, критеріїв порівняння, періоду дослідження, джерел даних, об'єктивної методики оцінювання тощо.

(224) *Повідомлення не відповідає вимогам статті 11 Закону України «Про рекламу» з огляду на таке.*

(225) Повідомлення не відповідає вимогам статті 11 Закону України «Про рекламу», оскільки не містить об'єктивного порівняння суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик однорідних товарів. Зокрема, через широкий модельний ряд швейних машин «JACK» і «BRUCE» та узагальнений характер повідомлення неможливо встановити, які саме моделі та їх характеристики були предметом порівняння, що суперечить пункту 3 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу».

(226) З інформації, наданої Заявником 2 у листі від 18.03.2026 № 19 (вх. Комітету № 8-04/4407 від 24.03.2026) та Підприємством у листі від 03.03.2026 № 03-03/03/2026 (вх. Комітету № 8-04/364-кі від 09.03.2026), вбачається, що швейні машини під позначеннями «JACK» і під позначенням «BRUCE» представлені широким модельним рядом, що включає як бюджетні, так і більш дорогі моделі з різним функціональним наповненням та технічними характеристиками.

(227) Тобто узагальнене порівняння, наведене у Повідомленні, без конкретизації моделей чи модельних рядів, а також без зазначення їх окремих технічних характеристик не дозволяє ідентифікувати, які саме товари або їх характеристики були предметом порівняння. За таких обставин таке порівняння не може вважатися об'єктивним, тобто таким, що здійснене на підставі однієї чи кількох істотних, співставних і репрезентативних характеристик однорідних товарів.

(228) Факт, що Повідомлення не містило порівняння конкретних типів та/або модельних рядів швейних машин під позначеннями «JACK» та «BRUCE», а також не передбачало порівняння окремих моделей, що також підтверджується самим Підприємством, свідчить про відсутність у ньому об'єктивного порівняння однієї чи кількох суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик однорідних (подібних) товарів.

(229) Крім того, у Повідомленні містяться узагальнені переваги швейних машин під позначенням «JACK» над швейними машинами під позначенням «BRUCE», тоді як таблиця 1, надана Відповідачем, є вибірковою, не є репрезентативною, частина моделей має однакові характеристики, а окремі дані взагалі суперечать рекламній тезі, викладеній у Повідомленні.

З урахуванням вказаного саме в цій частині Рішенням встановлено неповноту вибірки та відсутність підтвердження переваг всього модельного ряду машин під позначенням «JACK» над швейними машинами під позначенням «BRUCE».

(230) Зазначене підтверджується також і тим, що у листі від 03.03.2026 № 03-03/03/2026 (вх. Комітету № 8-04/364-кі від 09.03.2026) ПП «Компанія СОФТОРГ» зазначило, що Повідомлення не містить посилань на конкретні типи та/або модельні ряди швейних машин відповідних торговельних марок, а також не включає порівняння окремих моделей.

(231) Отже, узагальнене порівняння у Повідомленні свідчить про те, що воно не передбачає об'єктивного порівняння суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик однорідних товарів, а отже, не відповідає критеріям, встановленим пунктом 3 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу».

(232) При цьому Підприємство під час розгляду Справи зазначало, що *[інформація, доступ до якої обмежено]*.

(233) Водночас наведені пояснення не спростовують факту відсутності у Повідомленні

об'єктивного порівняння співставних та репрезентативних характеристик однорідного (подібного) товару, діяльності, інформація про які може вплинути на рішення споживача при здійсненні вибору, з огляду на викладене вище.

- (234) Отже, Повідомлення не відповідає вимогам статті 11 Закону України «Про рекламу», оскільки не забезпечує об'єктивного порівняння однорідних товарів у зв'язку з тим, що з Повідомлення не вбачається, які саме моделі швейних машин під позначеннями «JACK» та «BRUCE», кожна з яких має широкий модельний ряд, були предметом порівняння.
- (235) Комітет також окремо проаналізував твердження, наведені в Повідомленні, та зазначає таке.
- (236) У Повідомленні використано образне порівняння (аналогію), в межах якого швейні машини під позначеннями «JACK» та «BRUCE» зіставляються з транспортними засобами категорій «економ» та «бізнес-клас», між якими підкреслюється суттєва різниця. У цьому контексті Підприємство акцентує увагу на перевагах обладнання «JACK», зокрема: широкому модельному ряду, що постійно доповнюється інноваційними рішеннями, якості сервісного обслуговування, наявності готових ремонтних комплектів та зручності замовлення запасних частин.
- (237) Зі змісту зазначеного твердження вбачається, що Підприємство позиціонує швейні машини під позначенням «JACK», які воно реалізує на території України, як такі, що мають переваги над швейними машинами під позначенням «BRUCE», які реалізуються Заявниками. Водночас ПП «Компанія СОФТОРГ» не навело у Повідомленні інформації, необхідної для здійснення об'єктивного порівняння їх співставних характеристик, та не підтвердило заявлених переваг належними та допустимими доказами.
- (238) При цьому, з огляду на специфіку товарів, що реалізуються Підприємством та Заявниками, така характеристика, як **якість сервісного обслуговування**, є суттєвою, співставною та репрезентативною характеристикою, оскільки може безпосередньо впливати на вибір споживачів швейного обладнання.
- (239) Отже, з урахуванням того, що Підприємство не надало відомостей щодо співставних характеристик швейних машин під позначенням «BRUCE» Заявників, зокрема щодо наявності готових ремонтних комплектів та зручності замовлення запасних частин, а також не підтвердило належними доказами заявлені переваги за критерієм **«якість сервісного обслуговування»**, наведене у Повідомленні твердження не відповідає вимогам пункту 3 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу» в частині об'єктивного порівняння суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик товарів, що можуть впливати на рішення споживачів.
- (240) Щодо твердження у Повідомленні **«Комплектація та якість деталей. З досвіду наших клієнтів швейні машини під позначенням «JACK» легше переобладнати під потреби виробництва, вони більш функціональні, швидкісні та надійні»**, яке подано як перевагу відповідного обладнання, Комітет зазначає, що Підприємство не надало належних та допустимих доказів на підтвердження зазначених характеристик.
- (241) Підприємство зазначає, що спірне твердження підтверджується інформацією з порівняльної таблиці 1, наданими листами та результатами Опитування 1, що спростовується таким.
- (242) З аналізу відомостей з таблиці 1 вбачається, що наведена інформація щодо переваг швейних машин під позначенням «JACK» над «BRUCE» містить суперечливі відомості, зокрема у співвідношенні з характеристиками, наведеними за джерелами, на які посилається саме Підприємство.

- (243) Так, надана Підприємством в Таблиці 1 інформація *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (244) Проте зазначені відомості суперечать інформації, розміщеній *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (245) Крім того, перелік швейного обладнання під позначеннями «JACK» та «BRUCE», наданий у таблиці 1, є неповним та вибіркоким, оскільки за вказаним Підприємством джерелом інформації, розміщеної на вебсайті¹⁴, кількість моделей обладнання під позначенням «BRUCE» налічує більш ніж 140 товарів, а з інформації, розміщеної на Вебсайті Підприємства, вбачається, що кількість моделей швейного обладнання під позначенням «JACK» становить більш ніж 200 товарів.
- (246) При цьому Заявники також надали інформацію щодо порівняльних характеристик обладнання під позначеннями «BRUCE» та «JACK» у додатку 1 до цього рішення, яка також не є вичерпною, проте вказує на наявність однакових технічних характеристик взятих до порівняння моделей обладнання під позначеннями «JACK» та «BRUCE».
- (247) Отже, наведення окремих характеристик певних моделей у таблиці 1, наведений Підприємством, не може свідчити про наявність відповідних переваг у всієї продукції під зазначеними позначеннями.
- (248) Це узгоджується і з поясненнями самого Підприємства про відсутність у Повідомленні посилань на конкретні моделі або модельні ряди, що є обставиною, яка виключає можливість об'єктивного порівняння, у розумінні статті 11 Закону України «Про рекламу», про яке йдеться у Повідомленні.
- (249) Відтак твердження про те, що швейні машини під позначенням «JACK» легше переобладнати під потреби виробництва, вони більш **функціональні, швидкісні та надійні** тощо, містить узагальнену інформацію про переваги обладнання «JACK» над «BRUCE» в цілому, а не окремих моделей, що підтверджується поясненнями Підприємства.
- (250) Такий підхід свідчить про необ'єктивність порівняння суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик, а отже, невідповідність вимогам пункту 3 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу».
- (251) Водночас, оцінюючи інші твердження, наведені у Повідомленні, Комітет також встановив їх невідповідність вимогам пункту 4 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу». Зокрема, під час розгляду Справи Підприємство посилалося на Листи як підтвердження наведених тверджень про переваги обладнання «JACK» над «BRUCE», які, за твердженням Підприємства, ґрунтувалися на «досвіді» його клієнтів. Водночас такі посилання не підтверджують достовірності цієї інформації, оскільки зазначені листи від 14.06.2024, 18.06.2024 та 01.07.2024 складені після оприлюднення Повідомлення (08.03.2024), а відтак не могли бути використані як джерело інформації на момент його поширення.
- (252) При цьому лист *[інформація, доступ до якої обмежено]*. Зі змісту такого формулювання вбачається, що воно має характер припущення, а не підтвердженого висновку. Крім того, у цьому ж листі зазначено, що *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (253) Вислів із листа *[інформація, доступ до якої обмежено]* не містить причинно-наслідкового зв'язку між простотою у використанні обладнання та ступенем його надійності.

¹⁴<https://sm-ua.com>

- (254) В цілому з відомостей, наданих КНУТД, не вбачається, що за результатами його діяльності / досліджень тощо встановлено наявність переваг швейних машинок під позначенням «JACK» над швейними машинками під позначенням «BRUCE» за показниками / характеристиками, про які йдеться у Повідомленні.
- (255) На підтвердження отримання Підприємством від своїх клієнтів указаних відомостей до початку поширення Повідомлення за такими показниками та робочими характеристиками: ***«Комплектація та якість деталей. З досвіду наших клієнтів швейні машини під позначенням JACK легше переобладнати під потреби виробництва, вони більш функціональні, швидкісні та надійні»*** ПП «Компанія СОФТОРГ» надало *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (256) *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (257) Отже, результати Опитування 1 не містять висновків про те, що клієнти Підприємства стверджують про переваги швейних машинок під позначенням «JACK» над швейними машинками під позначенням «BRUCE» безпосередньо за кожним із показників та робочих характеристик, про які йдеться у Повідомленні.
- (258) Відтак Підприємство не надало доказів того, що на дату поширення Повідомлення воно мало підтверджену інформацію від клієнтів щодо переваг швейних машин під позначенням «JACK» над «BRUCE» за такими характеристиками, як комплектація, якість деталей, функціональність, швидкість та надійність.
- (259) Посилання у Повідомленні на «досвід клієнтів» не підтверджене належними та допустимими доказами. У зв'язку із цим Повідомлення в цій частині містить неправдиву інформацію про якість однорідних товарів та не відповідає вимогам пункту 4 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу».
- (260) Щодо твердження у Повідомленні ***«На “начинці” Bruce трохи зекономили, й вони частіше виходять з ладу»*** зазначається таке.
- (261) ПП «Компанія СОФТОРГ» не надало належних та допустимих доказів того, що строк експлуатації електроніки, якою комплектуються швейні машинки під позначенням «JACK», є довшим, ніж електроніки, якою комплектуються швейні машинки під позначенням «BRUCE», а також, що деталі швейних машинок під позначенням «JACK» вважаються більш надійними порівняно з аналогічними запчастинами, встановленими на швейні машинки під позначенням «BRUCE».
- (262) Щодо вказаного потрібно також зазначити, що за висновками Опитування 2, *[інформація, доступ до якої обмежено]*.
- (263) Отже, *[інформація, доступ до якої обмежено]* суперечать відомостям у Повідомленні щодо того, що швейні машинки під позначенням «JACK» є більш надійними, ніж швейні машинки під позначенням «BRUCE», та безпосередньо суперечать твердженню у Повідомленні ***«На “начинці” Bruce трохи зекономили, й вони частіше виходять з ладу»***.
- (264) Крім того, наведене твердження у Повідомленні, як й інші, зазначені вище, не містить конкретизації предмета порівняння, об'єктивних даних та будь-яких перевірених доказів, що свідчить про відсутність об'єктивного порівняння однієї або кількох суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик однорідного (подібного) товару, інформація про які може вплинути на рішення споживача при здійсненні вибору. Відтак воно не відповідає вимогам пункту 3 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу».
- (265) З наданих Підприємством матеріалів, а саме: інформації, викладеної у порівняльній таблиці 1, інформації, наданої у Листах, результатів Опитування 1, Опитування 2,

висновків Експертного дослідження 1 та Експертного дослідження 2, не вбачається, що оспорювані твердження Повідомлення містять точну, повну та достовірну інформацію, а порівняння суттєвих та співставних характеристик, наведені в його твердженнях, є об'єктивним.

- (266) Зокрема, відповідно до висновків Експертного дослідження 1, висловлювання негативного чи позитивного характеру та висловлювання образливого характеру щодо торговельної марки «BRUCE» у Повідомленні відсутні.
- (267) При цьому оцінка достовірності інформації, викладеної у наданих для дослідження текстових фрагментах, виходить за межі компетенції експертів-лінгвістів, про що зазначено в примітці до Експертного дослідження 1. Отже, висновок Експертного дослідження 1 щодо відсутності образливих висловлювань не є підтвердженням достовірності тверджень, поширених у Повідомленні.
- (268) За результатами Експертного дослідження 2, деталі швейних машин під позначеннями «BRUCE» та «JACK» збігаються й відрізняються за якісним та кількісним складом елементів. Інших висновків, зокрема щодо впливу різниці якісного та кількісного складу елементів на функціональні властивості обладнання, деталі якого є предметом дослідження, Експертне дослідження 2 не містить.
- (269) Крім того, в матеріалах Справи міститься лист компанії «Jack Technology Co., Ltd.», яка є виробником швейного обладнання під позначеннями «JACK» та «BRUCE» до Заявників, у якому повідомляється про те, що вказана компанія негативно ставиться до поширення ПП «Компанія СОФТОРГ» Повідомлення, оскільки вважає, що відомості, які містяться в цій рекламній публікації, не відповідають дійсності та спричиняють виникнення негативного враження про якість швейного обладнання під позначенням «BRUCE».
- (270) Зазначене узгоджується з позицією ТОВ «СМ Україна», відповідно до якої Повідомлення не містить належної аргументації щодо переваг швейного обладнання під позначенням «JACK» над швейним обладнанням під позначенням «BRUCE», належного порівняння технічних характеристик вказаного швейного обладнання, водночас містить викривлену (неправдиву) інформацію про якість товарів, у зв'язку із чим дискредитує становище на ринку інших суб'єктів господарювання, які здійснюють реалізацію швейного обладнання під позначенням «BRUCE».
- (271) Отже, інформація, яку містить Повідомлення:

не відповідає вимогам пункту 3 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу», оскільки має узагальнений характер і не дає можливості встановити, які саме моделі швейних машин під торговельними позначеннями «JACK» та «BRUCE» (кожна з яких охоплює широкий модельний ряд) були предметом порівняння. У зв'язку із цим Повідомлення не містить об'єктивного порівняння суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик однорідних (подібних) товарів Заявників і Підприємства, інформація про які може вплинути на рішення споживача при здійсненні вибору;

не відповідає вимогам пункту 4 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу», оскільки містить неправдиву інформацію про досвід клієнтів Підприємства щодо переваг швейного обладнання під позначенням «JACK», реалізацію якого здійснює ПП «Компанія СОФТОРГ», над швейним обладнанням під позначенням «BRUCE», реалізацію якого здійснюють Заявники.

(272) ***Щодо впливу дій ПП «Компанія СОФТОРГ» на конкуренцію зазначається таке.***

(273) Реалізацію швейних машинок в Україні, зокрема за наданою ПП «Компанія

СОФТОРГ» інформацією, здійснюють Заявники, а також такі суб'єкти господарювання: *[інформація, доступ до якої обмежено]*.

- (274) Крім того, з наданої ТОВ «СМ Україна» інформації вбачається, що реалізацію швейного обладнання в Україні здійснюють також: товариство з обмеженою відповідальністю «ПАРАБРАМАН» (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*); товариство з обмеженою відповідальністю «РОТОНДІ УКР» (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*); товариство з обмеженою відповідальністю «МЕГАСЕВ» (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*); товариство з обмеженою відповідальністю «АЛЬКОР ГЛОБАЛ» (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*).
- (275) Отже, ринок, на якому здійснюється реалізація швейного обладнання, є конкурентним.
- (276) Комітетом враховано, що швейне обладнання під позначеннями «BRUCE» та «JACK» виробляється одним виробником, а саме «Jack Technology Co., LTD.» (Китайська Народна Республіка), водночас така продукція в подальшому імпортується на територію України різними суб'єктами господарювання, зокрема Заявниками та Відповідачем, з метою отримання прибутку.
- (277) ТОВ «ШВЕЙМАШ» і ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» є офіційними імпортерами в Україні автоматичних і напівавтоматичних промислових швейних машин під брендом «BRUCE» на підставі контрактів із виробником «Jack Technology Co., LTD.». Асортимент «BRUCE» охоплює понад 80 видів обладнання.
- (278) На переконання Заявників, їх права порушено Повідомленням, оскільки відомості у такому повідомленні містять необ'єктивну та неправдиву інформацію про якість однорідних товарів Заявників та Підприємства. Зазначені дії спрямовані на дискредитацію Заявників як прямих конкурентів, що має наслідком створення перешкод для просування та реалізації ними швейного обладнання під позначенням «BRUCE» за рахунок привернення уваги до товарів під позначенням «JACK» завдяки повідомленню про недоліки швейного обладнання під позначенням «BRUCE» порівняно з обладнанням під позначенням «JACK».
- (279) Заявник 1 та Заявник 2 пов'язані відносинами контролю, в розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», та оскільки дії суб'єктів, які входять до однієї групи, засновані на спільних інтересах та полягають у розподілі завдань між ними для досягнення однієї кінцевої мети, спрямованої на задоволення потреб такої групи, наслідки від неправомірних дій впливають на всіх її учасників, відтак ТОВ «ШВЕЙМАШ» є належним заявником у Справі.
- (280) Водночас ТОВ «СМ Україна» вважає, що наведені в Повідомленні порівняння не містять належної аргументації щодо переваг швейного обладнання під позначенням «JACK» над швейним обладнанням під позначенням «BRUCE» та належного порівняння технічних характеристик вказаного швейного обладнання.
- (281) ТОВ «СМ Україна» стверджує, що Повідомлення містить викривлену (неправдиву) інформацію про якість товарів, у зв'язку із чим дискредитує становище на ринку інших суб'єктів господарювання, які здійснюють реалізацію швейного обладнання під позначенням «BRUCE».
- (282) Прямим наслідком Повідомлення, на переконання ТОВ «СМ Україна», є створення негативного іміджу у споживачів щодо якості швейного обладнання під позначенням «BRUCE», та оскільки ТОВ «СМ Україна» здійснює реалізацію швейного обладнання під позначенням «BRUCE», Повідомлення негативно впливає на його ділову репутацію.

- (283) Враховуючи, що кількість постачальників на ринку швейного обладнання, як вважає ТОВ «СМ Україна», є невеликою, вказане рекламне повідомлення може привертати увагу потенційних споживачів та стимулювати їх до придбання саме товарів під позначенням «JACK», що призводить до отримання неправомірних переваг у конкуренції.
- (284) Враховуючи наведене, поширення Підприємством Повідомлення могло вплинути на наміри споживачів щодо придбання швейного обладнання під позначенням «JACK», реалізацію якого здійснює ПП «Компанія СОФТОРГ», у зв'язку із чим останнє може отримати переваги у конкуренції перед суб'єктами господарювання, які здійснюють реалізацію швейного обладнання під позначенням «BRUCE», за рахунок поширення неправомірного порівняння в рекламі у вигляді Повідомлення, що не ґрунтується на об'єктивному порівнянні суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик однорідних (подібних) товарів та містить неправдиву інформацію про якість однорідних (подібних) товарів інших виробників або продавців.
- (285) Отже, поширення порівняльної реклами ПП «Компанія СОФТОРГ» у вигляді Повідомлення є порушенням, передбаченим статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».

6. ЗАПЕРЕЧЕННЯ ВІДПОВІДАЧА НА ПОДАННЯ

- (286) Листом державного уповноваженого Комітету від 28.07.2026 № 127-26.4/04-8591е Відповідачу направлено копію Подання, який відповідно до рекомендованого повідомлення про вручення поштового відправлення № R067241181585 Підприємство отримало 04.08.2026.
- (287) Зазначений лист із копією Подання направлено також 29.07.2026 на електронну адресу Підприємства lawyer@softorg.com.ua, з урахуванням клопотання Відповідача, надісланого листом від 29.07.2026 № 29/07 (вх. Комітету № 8-01/11188 від 29.07.2026) про надсилання Комітетом документів, пов'язаних із розглядом Справи, на вказану електронну пошту.
- (288) За загальним змістом Заперечень ПП «Компанія СОФТОРГ» вважає, що Комітетом не доведено сукупності елементів складу порушення, передбаченого статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», оскільки: Повідомлення не є рекламою чи саморекламою Підприємства; наведене в ньому порівняння ґрунтується на офіційній, документально підтвердженій позиції власника обох торговельних марок; предмет порівняння є конкретним та об'єктивним та стосується брендів загалом; негативні чи образливі твердження щодо «BRUCE» відсутні за висновком незалежної експертизи; викладена в підтверджувальних листах інформація не спростована по суті; а реальний негативний вплив на конкуренцію чи на Заявників не доведено.
- (289) Зазначене, на думку Підприємства, обґрунтовано таким.
- (290) ПП «Компанія СОФТОРГ» підтвердило, що несе відповідальність за розміщення інформації, зокрема Повідомлення, на Вебсайті, сторінці на каналі «Ютуб» та в соціальній мережі «Інстаграм». Водночас Відповідач вважає, що Комітет помилково тлумачить факт цього визнання як підставу для кваліфікації Повідомлення як реклами та самореклами Підприємства.

При цьому Відповідач зазначає, що підготовка та розміщення Повідомлення не були результатом затвердженої маркетингової стратегії чи рішення керівництва Підприємства. Повідомлення було підготовлене та розміщене з власної ініціативи колишнього співробітника Відповідача, без будь-якого доручення чи вказівки керівництва, і не було погоджено чи затверджено в межах маркетингового плану чи

іншого внутрішнього документа Підприємства. Ця обставина, на думку Відповідача, додатково підтверджує, що йдеться не про свідому, стратегічно спрямовану кампанію Підприємства з ознаками самореклами, а про поодинокий випадок, який не відображає ані маркетингової політики, ані волі органів управління Підприємства.

- (291) Щодо відповідальності ПП «Компанія СОФТОРГ» за поширення Повідомлення зазначається таке. Під час розгляду Справи Підприємство підтвердило, що інформація, яка поширюється на Вебсайті, сторінці на каналі «Ютуб» за посиланням¹⁵ та в соціальній мережі «Інстаграм» за посиланням¹⁶, належить Підприємству.

На підтвердження вказаного в додатках до листа від 08.07.2024 № 04-08/07/2024 (вх. Комітету № 8-04/1249-кі від 10.07.2024) Підприємство надало *[інформація, доступ до якої обмежено]*.

Відповідно до пункту 15 статті 1 Закону України «Про авторське право і суміжні права» власником вебсайту є особа, яка є володільцем облікового запису та встановлює порядок й умови використання вебсайту. За відсутності доказів іншого власником вебсайту вважається реєстрант відповідного доменного імені, за яким здійснюється доступ до вебсайту, та/або отримувач послуг хостингу.

Отже, Підприємство є особою, відповідальною за поширення Повідомлення.

Водночас чинне законодавство не пов'язує рекламного характеру інформації з наявністю затвердженої маркетингової стратегії, окремого рішення органу управління чи внутрішнього документа Підприємства. Визначальним є зміст поширеної інформації, спосіб та обставини її поширення, а також її спрямованість на формування або підтримання інтересу до відповідної особи чи товару.

Закон України «Про рекламу» визначає рекламу саме через її зміст, спосіб поширення та спрямованість, а не через наявність внутрішнього рішення підприємства про її розміщення.

Крім того, необхідною кваліфікуючою ознакою дій за статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» є встановлення факту поширення порівняльної реклами та її відповідності встановленим законодавством вимогам, а не встановлення того, чи було її розміщення частиною формально затвердженої маркетингової кампанії.

Отже, твердження Підприємства, що підготовка та розміщення Повідомлення не були результатом затвердженої маркетингової стратегії чи рішення керівництва й Повідомлення було підготовлено та розміщено з власної ініціативи колишнього співробітника Відповідача, без будь-якого доручення чи вказівки керівництва, і не було погоджено чи затверджено в межах маркетингового плану чи іншого внутрішнього документа Підприємства, не спростовує відповідальності ПП «Компанія СОФТОРГ» за поширення Повідомлення.

- (292) ПП «Компанія СОФТОРГ» зазначає, що за своєю формою та змістом Повідомлення є інформаційно-довідковою (оглядовою) публікацією, метою якої є ознайомлення відвідувачів сайту з особливостями позиціонування продукції виробника, а не спонукання до конкретної покупки. Текст Повідомлення не містить прямого заклику до дії, цін, умов продажу чи інших ознак, притаманних рекламному повідомленню в класичному розумінні. Такий інформаційно-оглядовий характер публікації узгоджується, на думку Підприємства, з тим, що Повідомлення не було замовлено чи оплачено третьою особою, у розумінні пункту 19 частини першої статті 1 Закону

¹⁵https://www.youtube.com/channel/UCWa4XQuaD_GW7RKqjqQJMwO/community?lb=UgkxG07eJiJBM3OdVCbvczI4E5XgD3SZNCVz

¹⁶https://www.instagram.com/softorg_ukraine/

України «Про рекламу», яка визначає рекламодавця як особу, що є замовником виробництва та/або розповсюдження реклами. При цьому, на думку Підприємства, Комітет помилково тлумачить факт цього визнання як підставу для кваліфікації Повідомлення в якості реклами та самореклами ПП «Компанія СОФТОРГ».

(293) Вказане заперечення Відповідача спростовується таким.

У Листі від 03.12.2025 № 13-12 (вх. Комітету № 8-01/17255 від 08.12.2025) Підприємство надало додаткові пояснення щодо обставин Справи, зазначивши, що поширення Повідомлення «здійснювалося виключно з ціллю залучення читачів до обговорення зазначених у Повідомленні товарів, а також у просвітницьких цілях – з метою інформування читачів про позиціонування на ринку товарів одного виробника – Компанії Джек Сьюінг Машін».

У Запереченнях також зазначено, що Повідомлення є інформаційно-довідковою (оглядовою) публікацією, метою якої є ознайомлення відвідувачів Вебсайту з особливостями такого позиціонування.

Водночас наведені Підприємством пояснення щодо мети поширення Повідомлення не спростовують його рекламного характеру, а, навпаки, підтверджують спрямованість Повідомлення на формування інтересу споживачів до відповідних товарів.

Відповідно до пункту 15 частини першої статті 1 Закону України «Про рекламу» реклама – це інформація про особу, ідею та/або товар, розповсюджена за грошову чи іншу винагороду або з метою самореклами в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена, щоб сформувати або підтримати у прямий (пряма реклама, телепродаж) або непрямий (спонсорство, розміщення товару (продакт-плейсмент) спосіб обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес щодо таких особи, ідеї та/або товару.

Тобто законодавче визначення реклами не пов'язує її наявність з обов'язковим зазначенням у відповідній інформації ціни товару, умов його продажу, прямого заклику до придбання чи інших ознак, притаманних безпосередньому спонуканню споживача до здійснення покупки. Визначальним у цьому випадку є, зокрема, зміст інформації та її спрямованість на формування або підтримання обізнаності споживачів та їхнього інтересу щодо відповідної особи або товару.

Отже, сама по собі відсутність у Повідомленні прямого заклику до придбання товару, інформації про його ціну, умови продажу чи інших відомостей, пов'язаних безпосередньо з укладенням договору купівлі-продажу, не виключає можливості визнання такої інформації рекламою.

За Тлумачним словником української мови¹⁷, позиціонуванням є дія відповідно до вказаного значення та, зокрема, «зусилля по впровадженню у свідомість покупців ключових переваг вашого товару». «Позиціонувати¹⁸ – випускати або рекламувати товар, призначений для певної категорії покупців».

У свою чергу, позиціонування товарів на відповідному ринку безпосередньо відбувається за рахунок поширення інформації, яка призначена, щоб сформувати або підтримати обізнаність споживачів та їх інтерес щодо осіб та товарів, наприклад, про які йдеться в цьому Повідомленні.

Відомості, які містяться у Повідомленні, є інформацією, зокрема, про товари та діяльність Відповідача з метою самореклами та, як вбачається з їх змісту, призначені,

¹⁷<https://sloynyk.ua/index.php?swrd=%D0%9F%D0%9E%D0%97%D0%98%D0%A6%D0%86%D0%9E%D0%9D%D0%A3%D0%92%D0%90%D0%9D%D0%9D%D0%AF>

¹⁸<https://sloynyk.ua/index.php?swrd=%D0%9F%D0%9E%D0%97%D0%98%D0%A6%D0%86%D0%9E%D0%9D%D0%A3%D0%92%D0%90%D0%A2%D0%98>

щоб сформуванню або підтримати обізнаність споживачів цієї інформації та їх інтерес до Підприємства та його товарів.

За таких обставин саме по собі визначення Підприємством Повідомлення як інформаційно-довідкової або оглядової публікації не змінює його правової природи, оскільки характер інформації визначається не її назвою чи суб'єктивною оцінкою особи, яка її поширює, а її змістом, формою, способом поширення та спрямованістю.

Отже, визначення Комітетом Повідомлення як інформації з метою самореклами ґрунтується на положеннях пункту 15 частини першої статті 1 Закону України «Про рекламу», якими визначено, що реклама – інформація про особу, ідею та/або товар, розповсюджена за грошову чи іншу винагороду або з метою самореклами в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена, щоб сформуванню або підтримати у прямий (пряма реклама, телепродаж) або непрямий (спонсорство, розміщення товару (проакт-плейсмент)) спосіб обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес щодо таких особи, ідеї та/або товару.

При цьому посилення Відповідача на відсутність оплати за поширення Повідомлення та відсутність його внутрішнього погодження не мають правового значення, оскільки стаття 1 Закону України «Про рекламу» прямо передбачає, що реклама може поширюватися або за винагороду, або з метою самореклами. У цьому випадку Повідомлення було розміщене на ресурсах ПП «Компанія СОФТОРГ» та містило інформацію про переваги власних товарів над товарами Заявників, які є його конкурентами, тобто було спрямоване на привернення уваги до цих товарів. Тому ні відсутність оплати, ні те, чи погоджувалося Повідомлення, не змінюють його правової природи як самореклами.

Відтак твердження Відповідача щодо того, що Комітетом помилково витлумачено підстави для кваліфікації Повідомлення як реклами Підприємства, є необґрунтованим та не спростовує висновків Комітету щодо рекламного характеру Повідомлення та його спрямованості на саморекламу Підприємства.

(294) Наступним Підприємство заперечує, що повідомлення є саморекламою, з таких підстав:

торговельні марки «JACK» та «BRUCE», про які йдеться у Повідомленні, належать одній і тій самій компанії, а саме виробнику – компанії «Jack Technology Co., Ltd.». Тобто йдеться про рекламу продукції одного й того самого виробника, а не про просування власного, унікального товару Підприємства на противагу товару іншого виробника. За таких обставин, на думку Відповідача, неможливо стверджувати про завдання шкоди виробнику внаслідок дискредитації одного з належних йому брендів на користь іншого, оскільки обидва бренди залишаються продукцією того самого виробника й зростання популярності одного з них не завдає шкоди останньому;

у каталозі інтернет-магазину Підприємства станом на дату поширення Повідомлення було доступне для замовлення промислове швейне обладнання більш ніж 20 брендів різних виробників. За таких обставин інформування про позиціонування продукції одного окремо взятого виробника, а саме компанії «Jack Technology Co., Ltd.», не може вважатися саморекламою Підприємства, в розумінні пункту 15 частини першої статті 1 Закону України «Про рекламу», оскільки Підприємство не є виробником жодного з обговорюваних товарів, а лише одним із багатьох посередників, що реалізують продукцію широкого кола виробників швейного обладнання.

(295) Вказане заперечення спростовується таким.

Торговельні марки «JACK» та «BRUCE», про які йдеться у Повідомленні, дійсно належать одній і тій самій компанії «Jack Technology Co., Ltd.», а швейне обладнання

під цими позначеннями виготовлене одним виробником, водночас в Україні вказані товари є товарами Заявників та Відповідача, які є конкурентами на відповідному ринку реалізації таких товарів.

Отже, Повідомлення містить інформацію про переваги саме товарів Відповідача, які він реалізовує на території України, над товарами та діяльністю Заявників.

При цьому для визначення рекламного характеру Повідомлення не має вирішального значення те, що торговельні марки «JACK» та «BRUCE» належать одному виробнику. Визначальним є те, що в Повідомленні здійснюється порівняння товарів, які реалізуються на території України Відповідачем та Заявниками, а наведена інформація спрямована на формування або підтримання інтересу споживачів саме до товарів, реалізованих Відповідачем, шляхом акцентування уваги на їх перевагах порівняно з товарами, реалізованими Заявниками.

З урахуванням вказаного обставина, що Відповідач не є виробником обладнання, про яке йдеться у Повідомленні та є одним із багатьох суб'єктів господарювання, що реалізують продукцію широкого кола виробників швейного обладнання, не свідчить про те, що Повідомлення не є рекламою в розумінні пункту 15 частини першої статті 1 Закону України «Про рекламу».

При цьому законодавче визначення реклами не встановлює вимог щодо обов'язкового збігу особи виробника товару та особи, в інтересах якої поширюється рекламна інформація. Тому те, що Відповідач є реалізатором, а не виробником відповідного обладнання, саме по собі не виключає можливості поширення ним реклами або самореклами.

Щодо твердження Відповідача про те, що неможливо вести мову про завдання шкоди виробнику внаслідок дискредитації одного з належних йому брендів на користь іншого, зазначається, що компанія «Jack Technology Co., Ltd.» у листі від 03.04.2024 б/н до Заявників висловила негативне ставлення до поширення ПП «Компанія СОФТОРГ» Повідомлення, оскільки вважає, що відомості, які містяться в цих рекламних публікаціях, не відповідають дійсності та спричиняють виникнення негативного враження про якість швейного обладнання під торговельною маркою «BRUCE» у споживачів.

Отже, сам факт належності торговельних марок «JACK» та «BRUCE» одному виробнику не спростовує можливості виникнення негативного впливу від поширення недостовірної інформації щодо товарів під однією з таких торговельних марок. Виробник прямо висловив негативне ставлення до поширення відповідної інформації та зазначив про її здатність формувати у споживачів негативне враження про якість обладнання під торговельною маркою «BRUCE», що спростовує твердження Відповідача про те, що належність обох торговельних марок одному виробнику сама по собі виключає можливість негативного впливу такого порівняння. Водночас наведені Відповідачем відомості про реалізацію ним продукції більш ніж 20 брендів різних виробників також не спростовують рекламного характеру Повідомлення. Кількість виробників та брендів, продукцію яких реалізує Підприємство, не змінює спрямованості конкретного Повідомлення, яке стосується визначених у ньому товарів та містить твердження про їх переваги над товарами, реалізованими Заявниками.

Отже, посилення Відповідача на те, що він не є виробником відповідного швейного обладнання, реалізує продукцію багатьох виробників, а торговельні марки «JACK» та «BRUCE» належать одному виробнику, не спростовують висновку про те, що Повідомлення спрямоване на формування та підтримання інтересу споживачів до товарів, які реалізує Відповідач, у тому числі шляхом їх порівняння з товарами, реалізованими його конкурентами – Заявниками, та, відповідно, має ознаки

самореклами Підприємства.

- (296) Підприємство вважає, що Комітет вибірково ставиться до наявних у матеріалах Справи доказів, чим порушує принцип всебічного, повного й об'єктивного дослідження обставин Справи.

Відповідач обґрунтовує це тим, що Комітет не навів у мотивувальній частині Подання оцінку доказу у Справі, викладеному у листі компанії «Jack Technology Co.» від 24.11.2025, яка є власником ТМ «BRUCE» та ТМ «JACK», наданому Підприємством листом від 03.12.2025 № 03-12/2025 (вх. Комітету № 8-01/17255 від 08.12.2025), та не спростував викладеного у ньому по суті щодо офіційної позиції самого власника обох торговельних марок та того, що бренд «JACK» стратегічно позиціонується на ринку середнього та високого цінового сегментів і спеціалізується на комплексних рішеннях для середніх і великих фабрик із використанням компонентів найвищої якості; бренд «BRUCE» позиціонується на ринку середнього та низького цінового сегментів і зорієнтований на задоволення базових потреб шиття.

Цей лист, як зазначає Підприємство, є офіційною заявою правовласника обох торговельних марок, виданою спеціально для уточнення їх ринкового позиціонування, а не рекламним чи оціночним твердженням третьої особи.

- (297) Щодо вказаного Комітет зазначає, що надав належну оцінку викладеному у листі від 24.11.2025 компанією «Jack Technology Co.», врахувавши ці відомості як інформування компанії про стратегічне позиціонування товарів під позначеннями «BRUCE» та «JACK».

- (298) При цьому інформація в зазначеному листі не потребує спростування Комітетом на підставі такого.

- (299) У листі компанії «Jack Technology Co.» від 24.11.2025 вказано: *«Стратегічне позиціонування кожного бренду чітко визначено для задоволення потреб конкретних сегментів ринку. Бренд JACK стратегічно позиціонується на ринку середнього та високого цінового сегментів. Компанія спеціалізується на розробці комплексних рішень для швейного обладнання для середніх та великих фабрик. Основна спеціалізація бренду полягає у вирішенні складних, комплексних завдань швейного виробництва за допомогою широкого асортименту інноваційного обладнання, оснащеного компонентами найвищої якості. Бренд BRUCE стратегічно позиціонується на ринку середнього та низького цінового сегментів. Його основний інженерний фокус та зобов'язання полягають у наданні обладнання, яке забезпечує безперебійне шиття, зокрема гарантуючи відсутність обривів голок та ниток, для задоволення базових потреб шиття. Ця чітка архітектура бренду є цілеспрямованою та довговічною стратегією Jack Technology Co., Ltd.»*

Разом із тим, здійснюючи належну оцінку інформації, викладеної у листі компанії «Jack Technology Co.» від 24.11.2025, Комітет дійшов обґрунтованого висновку про те, що інформація, викладена в листі, не підтверджує поширених у Повідомленні тверджень, зокрема про переваги товарів під позначенням «JACK» порівняно з товарами під позначенням «BRUCE» та за такими характеристиками, як комплектація, якість деталей, функціональність, швидкість та надійність, а також, що відображено у вислові **«На “начинці” Bruce трохи зекономили, й вони частіше виходять з ладу»**

При цьому Комітет зауважує, що позиціонування товарів під позначенням «JACK» як таких, що належать до більш високого сегменту ринку, не підтверджує, що таким товарам властиві переваги над товарами під позначенням «BRUCE», зокрема щодо якості деталей, функціональності, швидкості та надійності, а також, що на товарах «BRUCE» економлять та вони частіше виходять з ладу.

Зазначене підтверджується також і тим, що у матеріалах Справи міститься інший лист компанії «Jack Technology Co.», у якому висловлено негативне ставлення до Повідомлення в частині відомостей, які не відповідають дійсності та спричиняють виникнення негативного враження про якість швейного обладнання під торговельною маркою «BRUCE» у споживачів.

Отже, вказані листи компанії «Jack Technology Co.» не є взаємовиключними. Лист від 24.11.2025 підтверджує ринкове позиціонування брендів у різних цінових сегментах, однак не підтверджує поширених Відповідачем тверджень про загальну перевагу обладнання «JACK» за функціональністю, швидкістю, надійністю, якістю деталей та частотою виходу з ладу. Саме щодо таких тверджень виробник у листі від 03.04.2024 висловив негативну позицію щодо змісту Повідомлення.

Відтак Комітетом надано оцінку всім наявним у матеріалах Справи доказам.

- (300) Стосовно висновку у Поданні про те, що Підприємство не надало відомостей щодо співставних характеристик швейних машин під позначенням «BRUCE» Заявників, зокрема щодо наявності готових ремонтних комплектів та зручності замовлення запасних частин, Підприємство зазначає, що це зауваження стосується сервісної інфраструктури, а не предмета порівняння моделей, і за тією ж логікою не повинно оцінюватися на рівні окремих одиниць товару. Покладення на Підприємство обов'язку деталізовано описувати сервісну інфраструктуру конкурента є невиправданим і практично нездійсненним стандартом доказування: Підприємство не має доступу до внутрішньої інформації Заявників про організацію їхнього сервісного обслуговування та не зобов'язане її досліджувати.

Крім того, Відповідач зазначає, що норма пункту 3 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу» вимагає об'єктивного порівняння одного або кількох суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик товару, а не порівняння кожної окремої моделі асортименту. Узагальнене порівняння за характеристиками, типовими для цінового сегмента бренда в цілому (швидкість, функціональність, надійність), відповідає цьому критерію так само, як відповідало б і порівняння на рівні окремих моделей. Вимога наведення вичерпного порівняння усіх без винятку моделей (понад 200 позицій «JACK» та понад 140 позицій «BRUCE») є неспівмірною для рекламного повідомлення інформаційно-оглядового характеру і не впливає прямо з жодної норми цього Закону.

- (301) З приводу вказаного Комітет зазначає, що кваліфікація дій Підприємства відповідно до статті 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» не пов'язана з покладенням на Відповідача обов'язку деталізовано описувати сервісну інфраструктуру конкурента.

Так, Комітет не виходить із того, що порівняльна реклама може здійснюватися виключно щодо конкретних моделей товарів або що рекламодавець зобов'язаний порівняти всі без винятку моделі відповідних торговельних марок.

Водночас, у разі поширення узагальненого твердження про переваги товарів одного бренда над товарами іншого бренда в цілому, фактичні дані, на яких ґрунтується таке твердження, мають бути достатніми та репрезентативними для підтвердження саме такого узагальненого висновку, при цьому надані Відповідачем матеріали такої репрезентативності не підтверджують.

Крім того, обравши саме порівняльне твердження про перевагу власного сервісного обслуговування, Відповідач мав володіти достатньою фактичною основою для висновку про таку перевагу порівняно з діяльністю конкурентів. Відсутність у Відповідача доступу до відповідної інформації про конкурентів не підтверджує

правомірності поширення категоричного твердження про власну перевагу та свідчить про необ'єктивність порівняння у Повідомленні в цій частині.

Водночас Повідомлення не відповідає вимогам пункту 3 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу» саме тому, що характеристики, які є суттєвими, співставними та репрезентативними, у Повідомленні порівнюються необ'єктивно через те, що виходячи з його змісту всі швейні машини під позначенням «JACK» позиціонуються як такі, що мають переваги над швейними машинами під позначенням «BRUCE» в цілому, що не підтверджено Відповідачем, заперечується Заявниками та самим виробником цього обладнання.

(302) Наступним Підприємство зазначає про те, що наданим ним висновком Експертного дослідження 1 встановлено, що висловлювання негативного чи позитивного характеру, а також висловлювання образливого характеру щодо торговельної марки «BRUCE» у Повідомленні відсутні. Отже, як вважає ПП «СОФТОРГ»: *«Встановлена експертним шляхом відсутність негативних чи образливих висловлювань щодо торговельної марки "BRUCE", що спростовує ключовий елемент тверджень Заявників про дискредитацію (пункт 267 Подання та пункт 277 цього рішення незалежно від остаточної оцінки Комітетом об'єктивності порівняння за іншими критеріями статті 11 Закону "Про рекламу", і має враховуватися Комітетом як самостійна обставина на користь Підприємства».*

(303) Щодо вказаного зазначається, що відсутність негативних чи образливих висловлювань у Повідомленні не спростовує наявності неправдивої інформації та необ'єктивного порівняння суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик товарів Заявників та Відповідача, оскільки Комітет оцінював не те, чи містить Повідомлення образливі висловлювання щодо «BRUCE», а те, чи є поширена в ньому інформація об'єктивною та достовірною при порівнянні товарів «JACK» і «BRUCE».

При цьому відсутність образливих висловлювань або окремо встановленого факту дискредитації не виключає порушення вимог пункту 4 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу», оскільки самостійною умовою правомірності порівняльної реклами є відсутність у ній неправдивої інформації про якість однорідних товарів інших виробників або продавців.

Крім того, в самому експертному дослідженні прямо зазначено, що оцінка достовірності інформації виходить за межі компетенції експерта. Отже, висновок Експертного дослідження 1 не підтверджує достовірності спірних тверджень і не спростовує встановленої Комітетом невідповідності вимогам до порівняльної реклами.

Отже, посилення Підприємства на висновок Експертного дослідження 1 як на доказ відсутності порушення є необґрунтованим, оскільки предметом зазначеного дослідження не було встановлення достовірності фактичних відомостей, наведених у Повідомленні, або об'єктивності порівняння товарів «JACK» і «BRUCE».

Висновок експерта про відсутність у Повідомленні висловлювань негативного чи образливого характеру не свідчить про достовірність поширеної інформації та не підтверджує відповідності порівняння товарів вимогам законодавства про рекламу. Відтак зазначений висновок не спростовує встановлених Комітетом обставин поширення неправдивої інформації та необ'єктивного порівняння суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик однорідних товарів.

(304) Наступним запереченням Підприємства є твердження про те, що формальна дата складення Листів клієнтів Відповідача (пункт 240 Подання та пункт 251 цього рішення) сама по собі не може підміняти оцінку змістовної достовірності викладеної в них інформації, у зв'язку із чим Підприємство просить Комітет надати цим Листам належну

оцінку.

- (305) Комітет щодо зазначеного зауважує, що сам по собі факт складення Листів після початку поширення Повідомлення не є самостійною підставою для автоматичного виключення їх змісту з оцінки доказів у Справі. Водночас Листи складені вже після поширення Повідомлення 08.03.2024, а отже, не могли бути джерелом інформації, на підставі якої Відповідач сформував та поширив наведені у Повідомленні твердження.
- (306) Отже, подальше складення Листів не може підтверджувати, що на момент поширення Повідомлення Відповідач мав об'єктивні підстави для викладення відповідної інформації. Водночас зазначене не означає, що Комітет не враховує змісту Листів під час оцінки доказів у Справі. Їх зміст оцінено Комітетом з огляду на те, чи підтверджують вони фактично поширені Відповідачем у Повідомленні твердження.
- (307) У зв'язку із цим Комітет зазначає, що Листи як окремо, так і в сукупності не підтверджують достовірності конкретних тверджень, викладених у Повідомленні. Як вже зазначалося у пунктах 241, 242 Подання та пунктах 251, 252 цього рішення, Листи, складені посадовими особами КНУТД, містять переважно суб'єктивні оцінки окремих осіб щодо зручності, легкості роботи та надійності обладнання «JACK».
- (308) Натомість у Повідомленні поширено значно ширші та категоричні твердження щодо функціональності, швидкості, надійності обладнання «JACK», якості його деталей, а також, зокрема, твердження про те, що обладнання «BRUCE» частіше виходить з ладу.
- (309) При цьому Листи не містять об'єктивних даних, результатів випробувань, конкретних критеріїв чи методики порівняння обладнання «JACK» та «BRUCE», які б підтверджували наведені у Повідомленні твердження саме в такому обсязі, суті та категоричній формі.
- (310) Отже, ані дата складення Листів, ані їх зміст не дають підстав для висновку про достовірність інформації, поширеної у Повідомленні. При цьому визначальним є те, що надані Відповідачем Листи не підтверджують конкретних тверджень Повідомлення та не містять об'єктивних даних, на підставі яких можна було б зробити висновок про переваги обладнання «JACK» над «BRUCE» за сукупністю зазначених у Повідомленні характеристик.
- (311) ПП «Компанія СОФТОРГ» вважає, що Комітет посилається на результати Опитування 2, здійсненого на замовлення Підприємства, виключно в тій частині, в якій цей доказ, на думку Комітету, підтверджує позицію Заявників, а саме щодо співвідношення термінів напрацювання до першої поломки обладнання «JACK» і «BRUCE». При цьому Комітет, на думку Підприємства, залишає поза увагою інші результати того самого дослідження, які прямо свідчать на користь позиції Відповідача, зокрема: висновок про те, що дані, зібрані щодо швейних машинок «JACK», є надійними; що більшість опитаних користуються обладнанням «JACK» і планують надалі його придбавати; і що швейні машинки «BRUCE» визнані «конкурентоспроможними» саме порівняно з обладнанням «JACK», а не такими, що мають безумовну перевагу. Підприємство вважає таке вибіркове використання одного доказу є неприпустимим: якщо Комітет визнає Опитування 2 належним і допустимим доказом в одній його частині, він має оцінити цей доказ у повному обсязі та в сукупності з іншими доказами у справі, а не використовувати ізольовані фрагменти, що підтверджують наперед визначену позицію, ігноруючи контекст і решту висновків того самого дослідження.
- (312) Щодо вказаного Комітет зазначає, що Опитуванню 2 надано належну оцінку, як й іншим наявним доказам у Справі з урахуванням її предмета. Зокрема, Комітет надав оцінку вищевикладеним результатам, які вказані Відповідачем, врахувавши, що дані,

зібрані під час Опитування 2 щодо швейних машинок під позначенням «JACK», є надійними.

- (313) Разом із тим та обставина, що більшість опитаних користуються обладнанням «JACK» та планують його надалі придбавати, може свідчити про його популярність або споживче сприйняття, водночас наведене не є підтвердженням достовірності конкретних тверджень Повідомлення про його переваги за якістю, функціональністю, швидкістю та надійністю, а також не підтверджує твердження про частіші поломки обладнання «BRUCE» порівняно з «JACK».
- (314) Крім того, висновок Опитування 2 про конкурентоспроможність машин «BRUCE», про який наголошує Відповідач, не підтверджує наявності загальної переваги обладнання «JACK» над обладнанням «BRUCE» за характеристиками, наведеними у Повідомленні.
- (315) При цьому намір більшості опитаних у майбутньому придбавати обладнання «JACK» характеризує споживчі переваги респондентів, але сам по собі не підтверджує об'єктивної технічної переваги такого обладнання за показниками, які були предметом Повідомлення.
- (316) Отже, Комітетом встановлено, що результати Опитування 2 не підтверджують переваг товарів під позначенням «JACK», про які йдеться у Повідомленні, крім того, суперечать відомостям у Повідомленні щодо того, що швейні машинки під позначенням «JACK» є більш надійними, ніж швейні машинки під позначенням «BRUCE», та безпосередньо суперечать твердженню у Повідомленні ***«На "начинці" Bruce трохи зекономили, й вони частіше виходять з ладу»***.

Так, у висновках Опитування 2 зазначено, [інформація, доступ до якої обмежено].

- (317) На думку Підприємства, Комітет або взагалі не аналізує наданих Підприємством доказів, або враховує лише ту їх частину, яка узгоджується з позицією Заявників, залишаючи без оцінки решту, у зв'язку із чим просить Комітет надати оцінку всім наведеним у Запереченнях доказам у їх сукупності, а не вибірково.
- (318) Щодо вказаного Комітет зазначає, що саме на підставі повного й всебічного аналізу та оцінки доказів, наданих ПП «Компанія СОФТОРГ», про які вказано у розділі 4.5 Подання та розділі 4.5 цього Рішення, встановлено, що ані окремо, ані у сукупності ці докази не спростовують наявності у Повідомленні неправдивої інформації та необ'єктивного порівняння суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик товарів Заявників та Відповідача.

При цьому Комітет надав оцінку кожному з наведених Підприємством доказів з урахуванням їх змісту, належності та доказового значення для встановлення обставин Справи, а також оцінив зазначені докази у їх сукупності та взаємозв'язку. Саме за результатами такої оцінки встановлено, що наведені докази не підтверджують достовірності конкретних тверджень, поширених у Повідомленні, та не свідчать про об'єктивність здійсненого у ньому порівняння.

Отже, твердження Підприємства про нібито вибірккову оцінку Комітетом доказів не відповідає фактичним обставинам Справи та не спростовує висновків Комітету, зроблених за результатами повного, всебічного та об'єктивного дослідження наявних доказів у їх сукупності.

- (319) Відповідач також зазначає, що оскільки Заявник 1 не здійснював реалізації швейного обладнання під позначенням «BRUCE» протягом 2023 і 2024 років, тобто впродовж усього періоду, що передував та охоплював поширення Повідомлення (з 08.03.2024 по 03.07.2024), та за останніх три роки, за відомостями з відкритих джерел, не мав ані працівників, ані доходу, він не міг зазнати шкоди від дій, які мали перешкоджати

просуванню та реалізації товару, який Заявник 1 фактично не просував і не реалізовував у відповідний період, а отже, щодо Заявника 1 відсутній необхідний елемент об'єктивної сторони порушення, а саме негативний вплив на його господарську діяльність.

Крім того, Відповідач також зазначає, що період фактичного поширення Повідомлення становив менше чотирьох місяців (з 08.03.2024 по 03.07.2024), що є вкрай коротким строком для того, щоб спричинити реальні, вимірювані збитки Заявникам, з урахуванням характеру товару. Подання, як зазначає Відповідач, не містить кількісного аналізу впливу Повідомлення на обсяги продажу, кількість замовлень чи частку ринку Заявників протягом цього періоду. Навпаки, дохід ТОВ «СПАРК-Швейне Обладнання» (Заявника 2) за 2024 рік, тобто період, що повністю охоплює час поширення Повідомлення, становив 76 481 800,00 грн проти 67 852 900,00 грн за 2023 рік, тобто зріс майже на 8,6 млн грн.

(320) Щодо вказаного Комітет зазначає таке.

(321) Заявник 1 та Заявник 2 пов'язані відносинами контролю, у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», та оскільки дії суб'єктів, які входять до однієї групи, засновані на спільних інтересах та полягають у розподілі завдань між ними для досягнення однієї кінцевої мети, спрямованої на задоволення потреб такої групи, наслідки від неправомірних дій впливають на всіх її учасників, відтак ТОВ «ШВЕЙМАШ» є належним заявником у Справі.

(322) Щодо спричинення збитків унаслідок дій у вигляді поширення Повідомлення Комітет зазначає, що 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), 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.

(323) Підприємство вважає, що через обмежене охоплення аудиторії, низьку конверсію переглядів у покупки та спрямованість Повідомлення на власних клієнтів шкода Заявникам не могла бути істотною, а добровільне видалення Повідомлення усунуло можливі негативні наслідки, у зв'язку із чим просить врахувати це як підставу для зменшення штрафу.

(324) Підприємство заперечує проти врахування як обтяжуючої обставини охоплення порушенням більше двох регіонів, зазначаючи, що технічна доступність вебресурсу по всій Україні сама по собі не свідчить про його фактичне регіональне охоплення.

(325) Щодо доводів Відповідача про обмежене охоплення Повідомлення та відсутність доведених фактичних збитків Заявникам зазначається, що ці обставини не спростовують факту вчинення порушення. Водночас характер та масштаб поширення Повідомлення, тривалість порушення та встановлені у Справі обставини щодо його впливу враховуються Комітетом під час визначення розміру штрафу відповідно до Порядку визначення розміру штрафу.

(326) Комітетом також враховано, що поширення Повідомлення було припинено Відповідачем та після припинення відповідна інформація повторно не поширювалася. Зазначена обставина враховується під час визначення розміру штрафу в межах та порядку, передбачених Порядком визначення розміру штрафу.

(327) Отже, наведені Відповідачем Заперечення не спростовують встановлених Комітетом

обставин вчинення порушення, передбаченого статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції». Водночас окремі наведені Відповідачем обставини враховано Комітетом під час визначення розміру штрафу в порядку, встановленому законодавством.

7. ВИСНОВКИ КОМІТЕТУ ТА ПРАВОВА КВАЛІФІКАЦІЯ ДІЙ ПІДПРИЄМСТВА

- (328) Відповідно до пункту 15 статті 1 Закону України «Про рекламу» реклама – інформація про особу, ідею та/або товар, розповсюджена за грошову чи іншу винагороду або з метою самореклами в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена, щоб сформулювати або підтримати у прямий (пряма реклама, телепродаж) або непрямий (спонсорство, розміщення товару (продакт-плейсмент)) спосіб обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес щодо таких особи, ідеї та/або товару.
- (329) Отже, Повідомлення є рекламою, у розумінні статті 1 Закону України «Про рекламу», оскільки є інформацією про товари, поширеною через вебресурси й призначеною сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо цих товарів. Відповідно до статті 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» порівняльною є реклама, що містить порівняння з іншими особами, товарами (діяльністю) іншої особи, прямо чи опосередковано ідентифікує конкурента або товари чи послуги, що пропонуються конкурентом.
- (330) Правомірність порівняння у рекламі та відповідальність за недотримання встановлених законодавством вимог щодо змісту порівняльної реклами визначається Законом України «Про рекламу».
- (331) Відповідно до частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу» використання порівняльної реклами дозволяється в разі, якщо:
- 1) реклама не містить визначених законодавством про захист прав споживачів ознак нечесної підприємницької практики;
 - 2) реклама порівнює однорідні (подібні) товари, які задовольняють одні й ті самі потреби або мають однакове призначення, чи порівнює діяльність, що охоплюється однією сферою чи одним видом діяльності;
 - 3) реклама об'єктивно порівнює одну або кілька суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик однорідного (подібного) товару, діяльності, в тому числі ціну, інформація про які може вплинути на рішення споживача при здійсненні вибору;
 - 4) реклама не дискредитує, не містить неправдивої інформації про якість однорідних (подібних) товарів інших виробників або продавців, не дискредитує діяльність чи становище інших осіб, репутацію торговельних марок, комерційних (фірмових) найменувань, інші особливості конкурентів або зазначення місць походження товару;
 - 5) щодо товару із зазначенням (простим або кваліфікованим) походження порівняння здійснюється щодо товару з аналогічним зазначенням;
 - 6) реклама не створює змішування між рекламодавцем і конкурентом, між товарами, торговельними марками, комерційним (фірмовим) найменуванням та іншими позначеннями рекламодавця та конкурентів;
 - 7) товар конкурента, захищений торговельною маркою або комерційним найменуванням, не зображено способом імітації.
- (332) Реклама у вигляді Повідомлення містить порівняння однорідних (подібних) товарів Заявників та Підприємства, що задовольняють одні й ті самі потреби та мають однакове

призначення, а отже, відповідає положенням пункту 2 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу».

(333) Отже, інформація, яку містить Повідомлення:

не відповідає вимогам пункту 3 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу», оскільки має узагальнений характер і не дає можливості встановити, які саме моделі швейних машин під торговельними позначеннями «JACK» та «BRUCE» (кожні з яких охоплюють широкий модельний ряд) були предметом порівняння. У зв'язку із цим Повідомлення не містить об'єктивного порівняння суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик однорідних (подібних) товарів Заявників і Підприємства, інформація про які може вплинути на рішення споживача при здійсненні вибору;

не відповідає вимогам пункту 4 частини першої статті 11 Закону України «Про рекламу», оскільки містить неправдиву інформацію про досвід клієнтів Підприємства щодо переваг швейного обладнання під позначенням «JACK», реалізацію якого здійснює ПП «Компанія СОФТОРГ», над швейним обладнанням під позначенням «BRUCE», реалізацію якого здійснюють Заявники.

(334) Отже, поширення Підприємством порівняльної реклами у вигляді Повідомлення є порушенням, передбаченим статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».

(335) Враховуючи наведене, встановлено, що ПП «Компанія СОФТОРГ» вчинило порушення, передбачене статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді неправомірної порівняльної реклами.

8. ОБГРУНТУВАННЯ РОЗРАХУНКУ РОЗМІРУ ШТРАФУ

(336) Відповідно до статті 20 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» вчинення дій, визначених цим Законом як недобросовісна конкуренція, тягне за собою відповідальність, передбачену цим Законом.

(337) Згідно зі статтею 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» органи Комітету у справах про недобросовісну конкуренцію приймають обов'язкові для виконання рішення, зокрема, про визнання факту недобросовісної конкуренції; припинення недобросовісної конкуренції; накладання штрафів.

(338) Відповідно до статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» вчинення суб'єктами господарювання дій, визначених цим Законом 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.

(339) Розрахунок розміру штрафу здійснюється відповідно до Порядку визначення розміру штрафу, що накладається за порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України 14.12.2023 № 22-рп, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 25.01.2024 за № 123/41468 (далі – Порядок визначення розміру штрафу).

(340) Згідно з пунктом 1 розділу V Порядку визначення розміру штрафу у разі наявності обставин, що беруться до уваги під час визначення розміру штрафу, базовий розмір штрафу збільшується або зменшується з урахуванням цих обставин.

(341) Згідно з підпунктом 2 пункту 11 розділу IV Порядку визначення розміру штрафу за вчинення порушення, передбаченого статтями 1, 4–19 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у разі якщо розмір доходу (виручки), пов'язаного з

порушенням, встановити неможливо, базовий розмір штрафу визначається в межах, встановлених частинами першою та другою статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», залежно від ступеня негативного впливу на конкуренцію, що встановлюється в кожному конкретному випадку вчинення порушення з урахуванням обставин справи, та положень пункту 2 цього розділу Порядку визначення розміру штрафу.

(342) Під час визначення базового розміру штрафу враховується таке.

(343) З урахуванням предмета Справи та характеру порушення, вчиненого Відповідачем, розмір доходу (виручки), пов'язаного з таким порушенням, встановити неможливо.

(344) На дату складання Подання ПП «Компанія СОФТОРГ» припинило порушення, передбачене статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення неправомірної порівняльної реклами у вигляді Повідомлення, що підтверджується поясненнями Підприємства, а також актом фіксації інформації, розміщеної на вебсайті¹⁹ за посиланням²⁰ та на каналі «Ютуб» за посиланням²¹ від 23.07.2024 № 23-07/24, складеним працівниками Комітету.

Згідно з пунктом 1 розділу VI Порядку визначення розміру штрафу розмір доходу (виручки) суб'єкта господарювання від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за останній звітний рік, що передував року, у якому накладається штраф, відповідно до якого визначається граничний розмір штрафу, визначається:

на підставі документально підтверджених відомостей, наданих відповідачем;

на підставі відомостей, визначених формою № 2 «Звіт про фінансові результати (Звіт про сукупний дохід)», наведеною в додатку № 1 до Національного положення (стандарту) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності», затвердженого наказом Міністерства фінансів України від 07.02.2013 № 73, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 28.02.2013 за № 336/22868.

(345) Відповідно до Звіту про фінансові результати за 2025 рік (код рядка 2000) ПП «Компанія СОФТОРГ», який надала ДПС листом від 19.03.2026 № 3628/5/99-00-04-03-01-05 (вх. Комітету № 7-04/4125 від 19.03.2026), задекларований чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) Підприємства за 2025 рік становить 175 653 900 (сто сімдесят п'ять мільйонів шістсот п'ятдесят три тисячі дев'яцот) грн.

Враховуючи викладене, керуючись статтею 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 21, 27 і 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», пунктом 4 розділу VIII Порядку розгляду Антимонопольним комітетом України та його територіальними відділеннями заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року № 5, зареєстрованим 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), пунктом 9 розділу II Порядку визначення розміру штрафу, що накладається за порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 14 грудня 2023 року № 22-рп, зареєстрованим у Міністерстві юстиції України 25 січня 2024 року за № 123/41468, Антимонопольний комітет України

¹⁹<https://softorg.ua>

²⁰<https://softorg.ua/novyny/bruce-vs-jack-yake-obladnannya-krashhe/>

²¹https://www.youtube.com/channel/UCWa4XQuaD_GW7RKqjqQJMwQ/community?lb=UgkxG07eJiJBM3OdVCbvczI4E5XgD3SZNCVz

ПОСТАНОВИВ:

1. Визнати, що приватне підприємство «Компанія СОФТОРГ» (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*) вчинило порушення, передбачене статтею 7 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення на вебсайті за посиланням <https://softorg.ua>, на каналі «Ютуб» за посиланням https://www.youtube.com/channel/UCWa4XQuaD_GW7RKqjqQJMwQ/community?lb=UgkxG07eJiJBM3OdVCbvczI4E5XgD3SZNCVz та в соціальній мережі «Інстаграм» за посиланням https://www.instagram.com/softorg_ukraine/ неправомірної порівняльної реклами, що не містить об'єктивного порівняння суттєвих, співставних і репрезентативних характеристик однорідних (подібних) товарів та містить неправдиву інформацію про досвід клієнтів приватного підприємства «Компанія СОФТОРГ» щодо переваг власних товарів – швейних машин під позначенням «JACK» – над швейними машинами під позначенням «BRUCE», які реалізують товариство з обмеженою відповідальністю «ШВЕЙМАШ» і товариство з обмеженою відповідальністю «СПАРК-Швейне Обладнання».

2. Накласти на приватне підприємство «Компанія СОФТОРГ» (ідентифікаційний код юридичної особи *[інформація, доступ до якої обмежено]*) штраф у розмірі 900 000 (дев'ясот тисяч) гривень за порушення, зазначене в пункті 1 резолютивної частини цього рішення.

Штраф підлягає сплаті у двомісячний строк з дня одержання рішення.

Відповідно до частини тринадцятої статті 56 Закону України «Про захист економічної конкуренції» протягом п'яти днів з дня сплати штрафу суб'єкт господарювання зобов'язаний надіслати до Антимонопольного комітету України документи, що підтверджують сплату штрафу.

У порядку, встановленому частиною шостою статті 56 Закону України «Про захист економічної конкуренції» та пунктом 6 розділу VIII Порядку розгляду Антимонопольним комітетом України та його територіальними відділеннями заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затвердженого розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року № 5, зареєстрованим 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), протягом 30 календарних днів із дня одержання рішення особа, на яку накладено штраф, може звернутися до органу Антимонопольного комітету України, яким прийнято рішення про накладення штрафу, із заявою про відстрочення або розстрочення сплати накладеного штрафу. Рішення може бути оскаржене до господарського суду міста Києва у двомісячний строк з дня його одержання.

Голова Комітету

Павло КИРИЛЕНКО

**Додаток 1 до рішення Антимонопольного комітету України
від 13.08.2026 № 617-р
щодо технічних характеристик швейних машинок під позначенням
«BRUCE» та «JACK» та їх порівняльний аналіз**

Параметр		Назва моделі швейного обладнання	
		BRUCE BRC-T1377E-B	Jack JK-T1377E-B
Технічні характеристики			
1	Висота підйому лапки	9 мм	9 мм
2	Діаметр гудзика	10-28 мм	10-28 мм
3		Кругла форма, Плоский гудзик	Кругла форма, Плоский гудзик
4	Кількість голок	1	1
5	Тип голки	TQx1	TQx1
6	Тип приводу	Вбудований сервомотор	Вбудований сервомотор
7	Максимальна швидкість	1500 ст/хв	1500 ст/хв
8	Мережа	220В	220В
9	Автоматична обрізка ниток	Так	Так
10	Автоматичний підйомник лапки	Так	Так
11	Тип тканини	Важкі, Легкі, Середні	Важкі, Легкі, Середні
12	Розмір отвору для кнопки (мм)	X: 2,5 ~ 6,5; Y: 0, 2,5 ~ 4,5	X: 2,5 ~ 6,5; Y: 0, 2,5 ~ 4,5

Параметр		BRUCE BRC-T783G-Z	Jack JK-T783G-Z
Технічні характеристики			
1	Висота підйому лапки	12 мм	12 мм
2	Кількість голок	1	1
3	Кількість ниток	2	2
4	Система змащування	Автоматична	Автоматична
5	Тип голки	DP×5	DP×5
6	Тип приводу	Серводвигун	Серводвигун
7	Максимальна швидкість	3600 об/хв	3600 ст/хв
8	Підсвічування робочої зони	LED	LED
9	Мережа	220В	220В
10	Автоматична обрізка ниток	Так	Так
11	Автоматичний підйомник лапки	Так	Так
12	Тип тканини	Важкі, Легкі, Середні	Важкі, Легкі, Середні

13	Тип петлі		Пряма
----	-----------	--	-------

	Параметр	BRUCE BRC-6390B-CZ-12	Jack H2-CZ-12
3			
Технічні характеристики			
1	Висота підйому лапки	7,5 – 16 мм	7,5 – 16 мм
2	Довжина стібка	до 12 мм	12
3	Тип просування матеріалу	Нижнє та крокуюча лапка	Нижнє та крокуюча лапка
4	Додатковий транспортер матеріалу	Крокуюча лапка	Крокуюча лапка
5	Кількість голок	1	1
6	Кількість ниток	2	2
7	Тип голки	DPx17	DPx17
8	Тип матеріалів	Важкі	Важкі
9	Тип приводу	Серводвигун	Серводвигун
10	Максимальна швидкість	2200 ст/хв	2200 ст/хв
11	Підсвічування робочої зони	LED	LED
12	Мережа	220 В	220 В
13	Кнопки доводки стібка	Так	Так
14	Позиціонер голки	Так	Так
15	Хід голководія	33 мм	33 мм
16	Вмонтований шпуленамотувач	Так	Так

	Параметр	BRUCE BRC-T1900GH-D	Jack JK-T1900GH-D
Технічні характеристики			
1	Висота підйому лапки	13 мм	13 мм
2	Кількість голок	1	1
3	Кількість ниток	2	2
4	Робоче поле	40x30 мм	40x30 мм
5	Тип голки	DPx5, DPx17	DPx5, DPx17
6	Тип матеріалів	Важкі, Легкі, Середні	Важкі, Легкі, Середні
7	Автоматична обрізка нитки	Так	Так
8	Автоматичний підйом лапки	Так	Так
9	Максимальна швидкість шиття	3200 ст/хв	3200 ст/хв

10	Мережа	220 В	220 В
11	Система змащування	Автоматична	Автоматична
12	Тип приводу	Серводвигун	Серводвигун
13	Тип стібка	Човниковий	Човниковий

	Параметр	BRUCE BRC-T1906GH-D	Jack JK-T1906GH-D
3			
Технічні характеристики			
1	Висота підйому лапки	10 мм	10 мм
2	Кількість голок	1	1
3	Кількість ниток	2	2
4	Робоче поле	60x50 мм	60x50 мм
5	Тип матеріалів	середньо-важкі	середньо-важкі
6	Тип приводу	Серводвигун	Серводвигун
7	Мережа	220 В	220 В
8	Автоматична обрізка ниток	Так	Так
9	Автоматичний підйомник лапки	Так	Так
10	Система змащування	Автоматична	Автоматична

	Параметр	BRUCE BRC-T2210-F3-D	Jack JK-T2210-F3-D
Технічні характеристики			
1	Висота підйому лапки	22 мм	22 мм
2	Кількість голок	1	1
3	Кількість ниток	2	2
4	Робоче поле	220x100 мм	220x100 мм
5	Тип голки	DPx17	DPx17
6	Тип матеріалів	Важкі, легкі, середні	Важкі, легкі, середні
7	Максимальна швидкість	2700 об/хв	2700 об/хв
8	Мережа	220 В	220 В
9	Автоматична обрізка ниток	Так	Так
10	Автоматичний підйомник лапки	Так	Так
11	Позиціонер голки	Так	Так
12	Тип двигуна	Серводвигун	Серводвигун
13	Система змащування	Автоматична	Автоматична

14	Підсвічування робочої зони	LED	LED
15	Тип матеріалів	Важкі, Джинсові, Легкі, Середні	Важкі, Джинсові, Легкі, Середні

	Параметр	BRUCE BRC-T3020-F4-D	Jack JK-T3020-F4-D
Технічні характеристики			
1	Автоматична обрізка нитки	Так	Так
2	Автоматична закріпка рядку	Так	Так
3	Автоматичний підйом лапки	Так	Так
4	Кількість голок	1	1
5	Кількість ниток	2	2
6	Кількість шаблонів	999	999
7	Максимальна швидкість шиття	2700 ст/хв	2700 ст/хв
8	Тип тканини	Важкі, Легкі, Середні	Важкі, Легкі, Середні
9	Поле шиття, мм	300 x 200	300 x 200
10	Система зма- щування	Автоматична	Автоматична
11	Тип двигуна	Серводвигун	Серводвигун

12	Тип голки	DP×17	DP×17
13	Тип просуван- ня	Нижнє рейкове	Нижнє рейкове
14	Тип стібка	Човниковий	Човниковий
15	Живлення	220В	220В
Інші характеристики			
1	Країна виро- бник	Китай	Китай
2	Завод виробник	JACK TECHNOLOGY CO., LTD	JACK TECHNOLOGY CO., LTD
3	Виробник еле- ктроніки	Beijing DAHAO Technology Corp., Ltd.	Beijing DAHAO Technology Corp., Ltd.

	Параметр	BRUCE BRC-5214TDI-A04/435	Jack JK798TDI-4-514-M03/333
Технічні характеристики			
1	Величина дифферен- ціалу	0.7-2	0.7 – 2
2	Висота підйому лапки	6 мм	6 мм
3	Кількість го- лок	2	2
4	Кількість ни- ток	4	4
5	Тип голки	DCx27	DC×27
6	Тип тканини	Важкі, Середні	Важкі, Середні

7	Тип двигуна	Серводвигун	Серводвигун
8	Живлення	220В	220В
9	Максимальна швидкість	7000 ст/хв	7000 ст/хв
10	Максимальна довжина стібка	6,4 мм	6,4 мм
Інші характеристики			
1	Країна виробник	Китай	Китай
2	Завод виробник	JACK TECHNOLOGY CO., LTD	JACK TECHNOLOGY CO., LTD

	Параметр	BRUCE R6F-E	Jack A6F-E
Зовнішній вигляд			
Технічні характеристики			
1	Виліт рукава	300 мм	300 мм
2	Висота підйому лапки	13 мм	13 мм
3	Довжина стібка	4,5 мм	4,5 мм
4	Кількість голок	1	1
5	Кількість ниток	2	2
6	Тип голки	DBx1	DBx1
7	Тип матеріалів	Легкі, Середні	Легкі, Середні
8	Максимальна швидкість	4000 ст/хв	4000 ст/хв
9	Автоматична обрізка ниток	Так	Так
10	Автоматичний підйомник лапки	Так	Так
11	Позиціонер голки	Так	Так
12	Автоматична закріпка рядку	Так	Так
13	Система зма-	Автоматична	Автоматична

	Параметр	BRUCE BRC-8750J-405E	Jack JK58750J-405E
Зовнішній вигляд			
Технічні характеристики			
1	Автоматична обрізка нитки	Так	Так
2	Автоматична закріпка рядка	Так	Так
3	Автоматичний підйом лапки	Так	Так
4	Максимальна довжина стібка	7 мм	7 мм
5	Кількість голок	2	2

6	Кількість ниток	4	4
7	Максимальна швидкість шиття	3000 ст/хв	3000 ст/хв
8	Масляний картер	Відкритий	Відкритий
9	Тип тканини	Важкі, Середні	Важкі, Середні
10	Міжгольова відстань	6.4 мм	6,4 мм
11	Підсвічування робочої зони	LED	LED
12	Тип двигуна	Вбудований сервомотор	Серводвигун
13	Тип голки	DPx5	DP×5

1 4	Тип просування матеріалу	Голкове	Голкове
1 5	Вбудований позиціонер голки	так	Так
1 6	Живлення	220 В	220 В
1 7	Висота підйому лапки	13 мм	13 мм
1 8	Вмонтований шпуленамотувач	так	Так
1 9	Тип стібка	Човниковий	Човниковий
2 0	Відключення голок	Так	Так
Інші характеристики			
1	Країна виробник	Китай	Китай
2	Завод виробник	JACK TECHNOLOGY CO., LTD	JACK TECHNOLOGY CO., LTD

	Параметр	BRUCE X5S-4-M03/333	Jack JK E4S-4-M03/333
Технічні характеристики			
1	Висота підйому лапки	5,5 мм	5,5 мм
2	Довжина стібка	4,6 мм	4,6 мм
3	Кількість голок	2	2
4	Кількість ниток	4	4
5	Міжгольова відстань	2 мм	2 мм
6	Тип голки	DCx27	DC×27
7	Підсвітка	LED підсвітка	LED

	бочої зони		
8	Мережа	220 В	220 В
9	Тип двигуна	Серводвигун	Серводвигун
10	Система змащування	Закритий	Закритий
11	Максимальна	5500 ст/хв	5500 ст/хв
	швидкість шиття		
Інші характеристики			
1	Країна виробник	Китай	Китай
2	Завод виробник	JACK TECHNOLOGY CO., LTD	JACK TECHNOLOGY CO., LTD