



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

29 грудня 2015 року

Київ

№ 675 -р

Про порушення
законодавства про захист
від недобросовісної конкуренції
та накладення штрафу

Антимонопольний комітет України, розглянувши матеріали справи № 127-26.4/30-15 про порушення ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» (м. Дніпропетровськ, код ЄДРПОУ 35112619) законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та подання з попередніми висновками № 127-26.4/30-15/473- спр від 14.12.2015,

ВСТАНОВИВ:

До Антимонопольного комітету України (далі – Комітет) надійшла заява від 22.12.2014 № 141222/12889 (zareestrowana в Комітеті 22.12.2014 за № 8-01/174-AM) міжнародної корпорації «Diageo Scotland Limited» (далі – Заявник, Diageo Скотланд Лімітед) (м. Единбург, Велика Британія) про недобросовісну конкуренцію у діях товариства з обмеженою відповідальністю «Сімферопольський вино-коньячний завод» (далі – ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод», Відповідач) (м. Дніпропетровськ, код ЄДРПОУ 35112619) під час виробництва і реалізації алкогольного напою rum/напій алкогольний міцний «Тростининовий» «CAPTAIN JACK» на території України.

До заяви додані придбані в роздільній мережі України зразки продукції виробництва ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод», зокрема дві скляні пляшки об'ємом 0,7 л алкогольних напоїв, а саме rum gold/напій алкогольний міцний «Тростининовий» («Тростниковый») «Captain Jack Gold» (Капітан Джек Голд) (далі – Напій 1) та rum black/напій алкогольний міцний «Тростининовий» («Тростниковый») «Captain Jack Black» (Капітан Джек Блек) (далі – Напій 2) (разом – Напої) з відповідними касовими чеками.

На думку Заявника, поширення ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» на етикетках Напою 1 та Напою 2 неправдивої інформації про його споживчі властивості (вид продукції) може ввести в оману споживачів і вплинути на їхні наміри щодо придбання продукції (Напою 1 та Напою 2) ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод».

За результатами розгляду заяви, доданих до неї та отриманих на запити Комітету матеріалів, розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 20 березня 2015 року № 04/45-р розпочатий розгляд справи № 127-26.4/30-15 за ознаками вчинення ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом поширення на етикетці rum gold/напій алкогольний міцний «Тростининовий» («Тростниковый») «Captain Jack Gold» (Капітан Джек Голд) та етикетці rum black/напій алкогольний міцний «Тростининовий» («Тростниковый») «Captain Jack Black» (Капітан Джек Блек) неправдивої інформації про вид продукції.

За результатами аналізу матеріалів, отриманих у ході розслідування у справі, встановлено наступне.

Корпорація «Diageo Scotland Limited» була створена у травні 1997 року шляхом злиття компаній «Guinness» та «Grand Metropolitan».

Відповідно до афідевіту від 28.08.2013, «CAPTAIN MORGAN» є всесвітньо відомим брендом, який був заснований у 1944 році, а з 2001 року придбаний корпорацією «Diageo Scotland Limited».

Продукція, яку виробляє та реалізовує Заявник, представлена на світовому та національному ринках алкогольних напоїв рядом відомих брендів, зокрема, таких, як: горілка «Smirnoff», віскі «Johnnie Walker», джин «Gordon's», лікери «Baileys», «Sheridan's», пиво «Guinness», та включає в себе, зокрема, ром торговельної марки «CAPTAIN MORGAN», а саме «CAPTAIN MORGAN «Original Spiced Gold» (далі – Ром 1) та «CAPTAIN MORGAN «Jamaica Rum» (далі – Ром 2).

Продукція Заявника - Ром 1 та Ром 2 реалізується приблизно у 180 країнах світу, у тому числі в Україні.

На території України продукція «CAPTAIN MORGAN» реалізується з кінця 80-х років, коли було видано свідоцтво на знак для товарів і послуг «CAPTAIN MORGAN» (21 березня 1988 р. № 82665 колишнім СРСР). Зі здобуттям Україною незалежності знак «CAPTAIN MORGAN» було перереєстровано та видано нове свідоцтво на знак для товарів і послуг від 30 квітня 1993 року № 30, власником якого є Заявник.

Відповідно до статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» Заявник є суб'єктом господарювання.

В Україні Заявник здійснює господарську діяльність через своє представництво, а саме «Представництво «Діаджео Скотленд Лімітед», зареєстроване Міністерством економіки України 25.09.2008 за реєстраційним номером ПП-4210.

З 2005 року Заявник здійснює реалізацію в Україні напоїв Ром 1 та Ром 2 через товариство з обмеженою відповідальністю «Баядера-Імпорт» (далі – Товариство) (м. Черкаси), яке є єдиним імпортером та дистриб'ютором Заявника. Відповідно до свідоцтва про державну реєстрацію Товариство зареєстроване 30.10.2002; основним видом діяльності є оптова та роздрібна торгівля напоями.

Заявник має власний веб-сайт у мережі Інтернет www.diageo.com, на якому міститься інформація щодо його діяльності та алкогольної продукції.

Продукція Заявника реалізується на всій території України.

Рішенням Солом'янського районного суду міста Києва від 13 травня 2014 року у справі № 760/19393/13-ц, яке набрало законної сили, знак для товарів і послуг «CAPTAIN MORGAN» визнано добре відомим в Україні станом на 21 червня 2012 року для товарів 33-го класу Міжнародної класифікації товарів і послуг (МКТП) «Алкогольні напої» на ім'я Діаджео Скотленд Лімітед.

Заявник вкладає значні кошти в просування власної продукції, зокрема її рекламування. Відповідно до довідки від 06.09.2013 № 213, наданої Товариством, на рекламу продукції Ром 1 та Ром 2 за період з липня 2010 по липень 2013 року витрачено 16 384 305,87 грн.

Активні дії Заявника щодо просування власної торговельної марки та продукції «CAPTAIN MORGAN» з оригінальними і впізнаними споживачами назвою й етикеткою на ринку, а також вкладення значних коштів у рекламу продукції під цією торговельною маркою, створили популярність бренду – рому «CAPTAIN MORGAN» в Україні.

Заявнику у вересні 2014 року стало відомо про введення в господарській обіг в Україні продукції під назвою «Captain Jack» виробництва ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод».

Продукція ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод», яка була введена на ринок під назвою «Captain Jack», визначена на етикетці як алкогольний напій RUM (ром).

На думку Заявника, інформація на етикетках продукції Відповідача щодо виду продукції «Captain Jack», а саме на етикетках Напою 1 та Напою 2, не відповідає дійсності, а зазначені напої не є ромом. Зокрема, на етикетках продукції Відповідача, а саме Напою 1 та Напою 2, міститься напис RUM (ром), що дозволяє асоціювати ці напої як алкогольні напої – ром, а на контретиках Напою 1 та Напою 2 маленьким шрифтом розміщено інший напис, а саме «напій алкогольний міцний «Тростиновий»».

Отже, на етикетках і контретиках Напою 1 та Напою 2 виробництва Відповідача, на думку Заявника, розміщено суперечливу інформацію щодо виду продукції.

ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод», відповідно до свідоцтва про державну реєстрацію юридичної особи серії А00 № 772990, зареєстроване 21.05.2007 Виконавчим комітетом Дніпропетровської міської ради. Основним видом діяльності Відповідача, згідно з КВЕД 11.01, є дистиляція, ректифікація та змішування спиртних напоїв.

Відповідач на території України здійснює виробництво та реалізацію алкогольних напоїв, є виробником алкогольних напоїв, які включають в себе, зокрема, горілку «Древне Киевская», «Хлебная Слеза», «Олигарх», коньяки «Ай-Петри», «Крымский Отборный», «Корона Крыма», «Солнечный берег», а також із серпня 2014 року Відповідач, виробляє та реалізує міцні алкогольні напої з іноземними назвами «Black Jack» та «Captain Jack», зокрема Напій 1 та Напій 2.

Відповідно до статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції» ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» є суб'єктом господарювання.

Заявник і Відповідач здійснюють господарську діяльність на одному ринку, а саме на ринку алкогольних напоїв, та перебувають в конкурентних відносинах.

Листом від 16.11.2015 № 512/1 ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» повідомило Комітет про те, що воно почало виробляти Напої із серпня 2014 року, а реалізовувати їх – з 09 вересня 2014 року.

Оформлення етикеток та контретикеток Напоїв виробництва Відповідача являє собою наступне.

У нижній центральній частині етикетки Напою 1 міститься назва виду напою – «Gold RUM», виконана великими латинськими літерами нестандартним готичним шрифтом, який є домінуючим.

Під цим написом на близькій відстані до Напою 1 при ретельному розгляді можна побачити напис: «Напій алкогольний міцний «Тростиновий» («Тростиновий»)). Однак цей напис виконано дуже дрібним шрифтом та кольором основного фону етикетки, що на значній відстані від Напою 1 унеможлиблює його прочитання.

На контретикетці Напою 1 виробництва ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» дрібним шрифтом розміщено напис щодо виду продукції, а саме – «напій алкогольний міцний «Тростиновий»».

У нижній центральній частині етикетки Напою 2 міститься назва виду напою – «Black RUM», виконана великими латинськими літерами нестандартним готичним шрифтом, який є домінуючим.

Під цим написом на близькій відстані до Напою 2 при ретельному розгляді можна побачити напис: «Напій алкогольний міцний «Тростиновий» («Тростиновий»)). Однак цей напис виконано дуже дрібним шрифтом та кольором основного фону етикетки, що на значній відстані від Напою 2 унеможлиблює його прочитання.

На контретикетці Напою 2 виробництва ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» дрібним шрифтом розміщено назву виду продукції, а саме «напій алкогольний міцний «Тростиний»».

Написи на етикетці Напоїв виробництва Відповідача – «Gold RUM» та «Black RUM» виконані великими літерами, які легко прочитати на відміну від написів на етикетці та контретикетці цих Напоїв – «напій алкогольний міцний «Тростиний»», які зроблено дрібним шрифтом.

Листом від 16.11.2015 № 512/1 ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» повідомило Комітет про те, що розробником та виробником оригінал-макетів етикеток Напоїв є ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод».

Напій 1 та Напій 2 розливається у скляні пляшки об'ємом 0,5 та 0,7 л.

Склад Напою 1 та Напою 2 є ідентичним і містить такі інгредієнти: спирт плодовий, спирт етиловий ректифікований, цукор тростинний коричневий, лимонну кислоту, воду питну пом'якшену.

Напій 1 та Напій 2 виробляється ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» відповідно до Технічних умов 11.0-35112619-002:2013.

Орієнтовна вартість Напоїв Відповідача в торговельних мережах становить 50 грн за пляшку 0,7 л (станом на грудень 2014 року).

Відповідач має власний веб-сайт у мережі Інтернет www.svkz.ua, на якому міститься інформація щодо його діяльності та алкогольної продукції, яку він реалізує.

Назва «RUM», розміщена на етикетках Напоїв виробництва Відповідача, перекладається з англійської як «ром».

Споживчі властивості алкогольної продукції – рому, відрізняються від споживчих властивостей іншої алкогольної продукції.

За наявною в Комітеті інформацією, ром – міцний алогольний напій з витриманого спирту, є продуктом бродіння та перегону соку цукрової тростини, який витримують в діжках. У процесі витримки в спирт переходять ароматичні, фарбувальні й дубильні речовини, завдяки чому ром набуває коричневого кольору із золотавим відтінком і має дещо пекучий смак, стає прозорим, без мулу та осаду. Вміст спирту в ромі становить 30 - 80 відсотків (стандартна міцність – 40 відсотків).

Як зазначає Заявник, основним інгредієнтом, який притаманний алкогольному напою ром, є спирт, отриманий шляхом витримки соку цукрової тростини. Термін такої витримки не є сталим і може становити від одного до семи років. Однак у складі Напою 1 та Напою 2 зазначений інгредієнт відсутній, у той час як в продукції Заявника, а саме в складі Рому 1 та Рому 2, він присутній.

За наявною в Комітеті інформацією, обов'язковою умовою процесу приготування рому є його витримка.

Згідно з наданими Заявником матеріалами, в переліку сортів рому зазначено:

- «Светлый ром, также серебряный или белый ром. В целом, светлый ром обладает очень слабо выраженным вкусом, помимо присущей рому сладости, и соответственно используется в качестве основы для коктейлей. Светлый ром иногда фильтруют после выдержки, чтобы убрать какую-либо окраску.

- Золотой ром, также янтарный ром — выдержанный ром средней плотности. Вкус такого рома может происходить от добавок: специй и карамели, но исторически приобретает свой более тёмный цвет, выдерживаясь в деревянных бочках (обычно дубовых).

- Тёмный ром, также чёрный ром, темнее золотого рома. Он обычно выдерживается дольше, в обугленных бочках. У тёмного рома намного более сильный вкус, чем у светлого и золотого рома; во вкусе можно почувствовать намёки на специи вместе с сильными нотами

патоки или карамели. Кроме использования в коктейлях, тёмный ром наиболее часто используется в приготовлении пищи» (мовою оригіналу).

На приналежність та віднесення Відповідачем алкогольної продукції саме до рому вказує і лист Відповідача, наданий Заявником, який адресований керівникам його підприємств-партнерів від 28.08.2014 № 625/2.14. У листі зазначено:

«Даним листом повідомляємо Вам, що ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» вводить на ринок нову продукцію – ром торгівельної марки «Captain Jack»..., «... мінімальна оптово-відпускна та роздрібна ціна на даний вид продукції відповідає цінам на горілку та лікero-горілчані вироби (орієнтовна ціна товару на вітрині) буде складати 45 грн. за 0,5 літра та 70 грн за 0,7 літра...»

Розміщення Відповідачем на етикетках Напоїв напису «Gold RUM» та «Black RUM» відповідно може призвести до того, що споживач помилково вважатиме ніби придбав ром, у той час як справжній вид Напоїв – напій алкогольний міцний «Тростини́вий», який відрізняється споживчими властивостями, що притаманні рому, та має нижчу вартість, ніж справжній ром.

Обираючи серед видів алкогольної продукції, споживач сподівається отримати таку продукцію, яка відповідає його потребам, керуючись інформацією, заявленою виробником. Зокрема, споживач може обрати алкогольну продукцію виходячі зі смакових, поживних тощо властивостей, які присутні в такому алкогольному напої, як ром.

Для з'ясування рівня можливості введення в оману споживачів шляхом розміщення ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» неправдивих відомостей на етикетках Напоїв, Комітетом було проведено опитування думки споживачів. За результатами проведеного опитування було опитано 214 респондентів (похибка репрезентативності 6,84 відсотка, довірча імовірність 0,954) та отримано наступні результати.

На питання: «Як Ви вважаєте, до якого виду алкогольного напою можна віднести цей товар?» 40,2 відсотка респондентів визначили вид напою – ром.

Отже, у споживачів інформація, розміщена на етикетці алкогольних Напоїв виробництва Відповідача асоціюються з таким видом продукції, як з ром.

Тобто, поширення Відповідачем на етикетці Напоїв інформації щодо виду продукції RUM (ром), у той час як вид продукції – напій алкогольний міцний «Тростини́вий», може ввести в оману невизначене коло споживачів внаслідок поширення неправдивої інформації про споживчі властивості напою (вид напою) через спосіб її викладення.

Відповідач, вивівши алкогольну продукцію на ринок, передбачив її випуск двома сортами:

- 1) «Captain Jack Gold» (Капітан Джек Голд);
- 2) «Captain Jack Black» (Капітан Джек Блек);

що також вказує на приналежність цих напоїв саме до рому як товару, оскільки такі сорти спиртних напоїв, як gold/Голд – «золотий» та black/Блек – «темний», як зазначалось вище, притаманні саме такому алкогольному напою, як ром.

Комітетом для отримання фахової оцінки щодо поширення на етикетках Напоїв виробництва Відповідача інформації щодо виду продукції – «RUM», у той час як це є напій алкогольний міцний «Тростини́вий», надіслано запити про надання інформації до спеціалістів, які володіють необхідними знаннями в цій галузі.

Так, Українська корпорація по виноградарству і виноробній промисловості «Укрвинпром» (далі – Корпорація), до якої входить понад 120 підприємств, з них 75 виноробних, листом від 15.01.2015 № 912 (zareestrovanim у Комітеті 29.01.2015 за № 8-127/679) повідомила Комітет про те, що відповідно до пункту 4.14 Державного стандарту України 3297-95 «Лікero-горілчана промисловість. Терміни та визначення», алкогольний напій ром – це настоянка міцністю від 40 до 45 відсотків, виготовлена з витриманого в дубових бочках спирту-сирцю із соку стебел цукрової тростини.

Крім того, Корпорація зазначила, що відповідно до додатку II розділу «Спиртні напої» Регламенту Європейського парламенту і Ради ЄС № 110/2008 «Про визначення опису, представлення на ринку, маркування і захисту найменувань місць походження спиртних напоїв», ром є спиртним напоєм, виробленим виключно шляхом спиртового бродіння та дистиляції патоки (меляси) чи сиропу виготовленого із тростинного цукру, або соку цукрової тростини і дистильованим із розрахунку не менш, ніж 96% об. таким чином, щоб дистилят мав явні специфічні органолептичні характеристики рому без додавання спирту розведеного чи не розведеного, ром не повинен бути ароматизований, може містити карамель у якості засобу для надання кольору.

Окремих нормативно-правових актів, які містять вимоги до виробництва «рому», в Україні немає.

Про виробників алкогольного напою ром в Україні, Корпорації не відомо.

В той же час, на думку Корпорації, склад, зазначений на контретикетках Напоїв, а саме: спирт плодовий, спирт етиловий ректифікований, цукор тростинний коричневий, лимонна кислота та вода пом'якшена, не містить нічого спільного з алкогольним напоєм ром».

Крім того, Асоціація «Виноградарі і винороби України» (далі – Асоціація), яка створена у 2004 році, що об'єднує більшість виноградних та виноробних підприємств України, які виготовляють близько 82 відсотків вітчизняної виноробної продукції, листом від 27.01.2015 № 27-01/01-2015 (zareestrovanim у Комітеті 29.01.2015 за № 8-127/681) наголошує на тому, що для того, щоб алкогольний напій був схожий за своїм складом на ром, потрібно, щоб він був виготовлений на основі соку стебел цукрової тростини, тобто основним інгредієнтом має бути цукрова тростина, яка в нашій країні у зв'язку з кліматичними умовами не вирощується.

Цим же листом Асоціація повідомила Комітет, що їй не відомо про наявність виробництва будь-яких алкогольних продуктів на основі цукрової тростини в Україні. Однак, на думку Асоціації, виробництво рому в Україні є можливим за умови імпорту такої сировини.

У Комітеті відсутні підтвердні документи щодо імпорту Відповідачем такої сировини. Крім того, у складі Напоїв відсутня інформація, що ці Напої виготовляються на основі цукрової тростини.

Листом від 19.01.2015 № 37-13-4-10/537 (zareestrovanim у Комітеті 23.01.2015 за № 6-127/521) Міністерством аграрної політики та продовольства України (далі – Міністерство) надано, зокрема, наступну інформацію.

Міністерство зазначило, що відповідно до пункту 7.3 Положення про Міністерство, затвердженого Указом Президента України від 23.04.2011 № 500, Міністерство затверджує в установленому законодавством порядку нормативно-технічну документацію: технічні умов, технологічні інструкції і рецептури на виробництво алкогольної продукції та тютюнових виробів.

У 2013 році Міністерством в установленому законодавством порядку було затверджено нормативно-технічну документацію з виробництва напою алкогольного міцного «Тростинового» ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод», який готується із спирту плодового (яблучного) молодого або витриманого вітчизняного або імпортного, спирту етилового ректифікованого вищої очистки та подальшого купажування з додаванням цукрового сиропу з тростинового цукру (звичайного або спиртованого) та пом'якшеної питної води. Однак ані загальної, ані власної назви Напою 1 та Напою 2 у технологічній документації немає.

Також Міністерство зазначає: «...з урахуванням того, що відповідно до ДСТУ 3247-95 «Лікero-горілчана промисловість. Терміни та визначення» ром – настояйка міцністю від 40 об.% до 45 об.% виготовлена з витриманого в дубових бочках спирту із соку стебел цукрової тростини, Міністерство вважає, що напій алкогольний міцний «Тросніковий» не відповідає опису настоянки «ром», і позначатися з такою назвою не може.

Станом на 19.01.2015 нормативно-технічної документації з виробництва напоїв алкогольних або власною назвою «ром» міністерством не затверджувалось».

Виходячи з наведеного, напій алкогольний міцний «Тростиновий» – це зовсім інший продукт, який не містить тих споживчих властивостей, які містить алкогольний напій ром. Крім того, в Україні відсутні будь-які нормативно-правові акти, які містять вимоги до виробництва рому, а також в Україні відсутні виробники алкогольного напою ром, які виготовляють цей напій на основі цукрової тростини, що є обов'язковим інгредієнтом такого алкогольного напою.

Отже, напій алкогольний міцний «Тростиновий», на відміну від рому, не містить основного інгредієнта – спирту, отриманого шляхом бродіння і перегону соку цукрової тростини та витриманого в дубових діжках не менше одного року, а тому не може містити оригінальну назву – ром.

Тобто, Напої, які виготовляються і реалізуються Відповідачем, не можуть мати назву – ром.

Як було встановлено, для того, щоб алкогольний напій міг називатись ромом, в його складі має бути такий обов'язковий інгредієнт, як спирт, отриманий шляхом бродіння і перегону цукрової тростини та витриманий, зокрема, в дубових діжках, не менше ніж один рік.

Однак у складі Напою 1 та Напою 2 міститься не вищезазначений спирт (витриманий спирт, який є продуктом бродіння та перегону соку цукрової тростини), а саме спирт плодовий та спирт етиловий ректифікований, що не відповідає такому алкогольному напою, як ром.

Отже, rum (ром) та напій алкогольний міцний «Тростиновий» – це різні продукти, які відрізняються один від одного своїми властивостями.

Оскільки на Напоях виробництва Відповідача з різних сторін одночасно зазначено на етикетці – rum (ром), а на контретикетці – напій алкогольний міцний «Тростиновий», враховуючи загальне композиційне оформлення етикетки, а також те, що в місцях реалізації цю продукцію розміщено поряд із ромом, причому ціна Рому вище за ціну Напоїв виробництва Відповідача, потенційний покупець може ідентифікувати зазначений продукт як ром, а не як напій алкогольний міцний «Тростиновий», та зацікавитися такою продукцією, приймаючи її за ром, придбати її замість рому, оскільки вартість продукції Відповідача в торговельній мережі нижча за вартість продукції Заявника та інших учасників ринку алкогольної продукції.

Крім того, на полицях магазинів Напої виробництва Відповідача розміщено до споживача етикеткою, на якій споживач бачить позначення rum (ром), виконане великими літерами, що також може привернути увагу та спонукати до придбання цього продукту як рому, а не як напою алкогольного міцного «Тростиновий».

У той же час, назва та вид алкогольної продукції повинні бути зрозумілими для споживача, конкретно та точно характеризувати продукт, розкривати його природу, походження, надавати можливість відрізнити певний вид алкогольної продукції від інших аналогічних видів алкогольної продукції.

Зважаючи на те, що Напої і ром є різними продуктами за своїми споживчими властивостями, розміщення на етикетці Напоїв виду продукції rum (ром), разом з одночасним зазначенням на контретикетках цих Напоїв, що це є напої алкогольні міцні «Тростинові», не може надати можливості споживачу визначитись щодо виду цієї продукції. Внаслідок цього споживач може придбати Напої замість рому.

Отже, розміщуючи на етикетках та контретикетках Напоїв суперечливу інформацію, а саме: на етикетці вид продукції - rum (ром), а на контретикетці - напій алкогольний міцний «Тростиновий», Відповідач поширює серед невизначеного кола осіб неправдиві відомості

щодо виду Напоїв, що може ввести в оману цих осіб та вплинути на їхні наміри щодо придбання саме цієї продукції.

Відповідно до сертифіката відповідності зі строком дії з 20 серпня 2014 року по 19 серпня 2016 року № UA1.024.X006214-14, виданого ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод», вид Напоїв - напій алкогольний міцний «Тростиновий» відповідає ТУ У 11.0-35112619-002:2013 «Напої алкогольні міцні».

Відповідно до сертифіката відповідності, який додано до матеріалів справи Заявником, зі строком дії з 31 жовтня 2013 року по 30 жовтня 2016 року № UA1.024.X006214-14, алкогольна продукція Заявника «CAPTAIN MORGAN» – РОМ.

Отже, орган із сертифікації Державної системи сертифікації УкрСЕПРО Міністерства економічного розвитку і торівлі України, у сертифікатах відповідності визначає зазначені напої як різні види алкогольної продукції: ром виробництва Заявника та напій алкогольний міцний «Тростиновий» виробництва Відповідача.

Таким чином, розміщення на етикетках Напоїв напису RUM (ром) не відповідає дійсному виду продукції — напій алкогольний міцний «Тростиновий».

Як встановлено рішенням Господарського суду Київської області від 24.02.2015 у справі № 911/4825/14 (далі – Рішення), залишеним без змін Постановою Київського апеляційного господарського суду від 02.06.2015, поширення інформації про Напої Відповідач здійснює, зокрема, через власний веб-сайт у мережі Інтернет, за такими посиланнями: <http://svkz.ua/ru/production/>, http://svkz.ua/ru/production/captain_jack.php.

Крім того, до матеріалів справи Заявником додано роздруковки сторінок веб-сайту Відповідача в мережі Інтернет <http://svkz.ua/>, датовані 05.12.2014, на яких розміщено таку інформацію: «Напитки алкогольные крепкие «Тростниковые» ТМ «Кэптен Джек Голд» и ТМ «Кэптен Джек Блэк» крепостью 40% готовятся по уникальной технологии с использованием натурального тростникового сиропа.

В купаже напитка ТМ «Кэптен Джек Голд» отечественные и импортные выдержанные спирты образуют характерный для золотистого рома, мягкий с тонами свежесжатого тростникового сиропа и карамели аромат, полный гармоничный вкус...

В купаже напитка ТМ «Кэптен Джек Блэк» отечественные и импортные выдержанные спирты в другом сочетании образуют характерный для тяжелого рома, букет с тонами тростниковой патоки и обожженного дуба, полный гармоничный вкус...

...Этикетки нарисованы в пиратском стиле, который напоминает об охотниках за удачей, которые сделали популярным этот напиток.

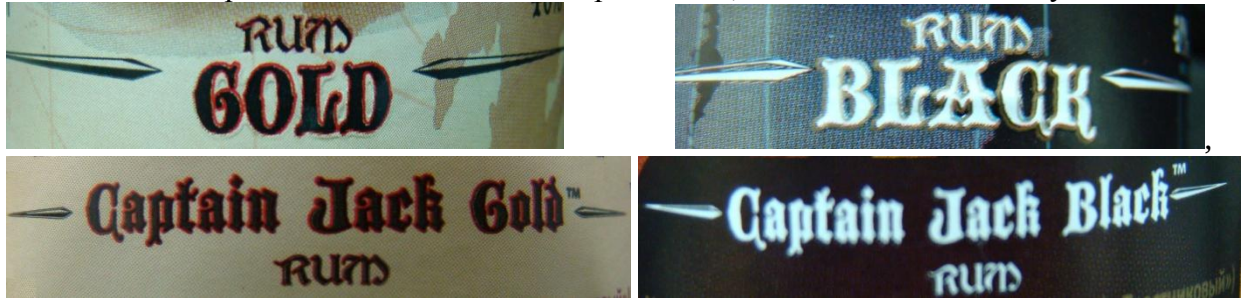
Разливаются в бутылки номиналом 0,5 л (по 12 бутылок в ящике) и 0,7 л (по 12 бутылок в ящике).» (мовою оригіналу).

До матеріалів справи долучено висновки експертів за результатами проведення судової експертизи об'єктів інтелектуальної власності Науково-дослідного інституту інтелектуальної власності Академії правових наук, у судовій справі № 911/4825/14, складений 30.01.2015 № 1011.

Судові експерти провели дослідження, зокрема, щодо введення Відповідачем в оману споживачів щодо назви продукції «CAPTAIN JACK». Так, з цього приводу експертами зазначено:

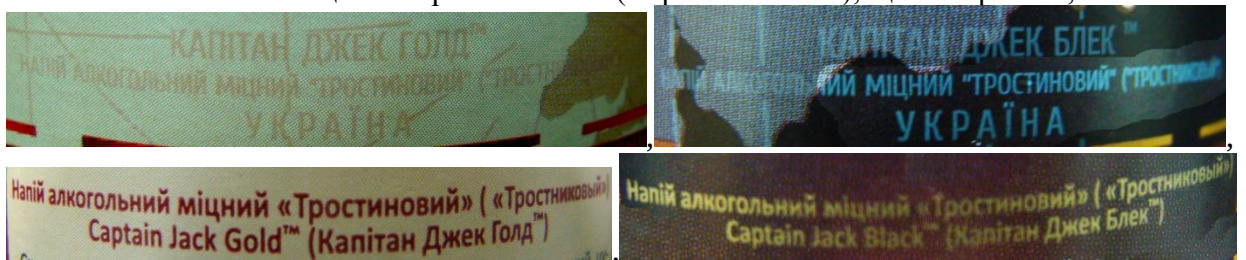
«...Щодо товару (рому, напою міцного алкогольного «Тростинового»), для якого використовуються вищенаведені позначення та етикетки ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод», експерти зазначають наступне. Етикетки алкогольного напою (тростинового) «CAPTAIN JACK», «КАПТАН ДЖЕК», «CAPTAIN JACK GOLD», «КАПТАН ДЖЕК ГОЛД», «CAPTAIN JACK BLACK», «КАПТАН ДЖЕК БЛЕК» включають до свого складу позначення «RUM», «RUM GOLD», «RUM BLACK», виконані готичним шрифтом великими заголовними літерами, які розміщуються по центру етикеток

та на зворотній частині контретикеток, а саме наступним чином:



Експерти вважають за необхідне відзначити, що застосування саме вищевказаних позначень «RUM GOLD», «RUM BLACK» може вказувати на вид напою ром: «GOLD» - «золотий», «BLACK» – «чорний».

З іншої сторони, на вищенаведених етикетках та контретикетках значно дрібнішими і менш помітними для споживача літерами написано на українській мові іншу назву напоїв як: «Напій алкогольний міцний «Тростининовий» («Тростининовий»), що не є ромом, а саме:



Експертами досліджені матеріали справи і про приналежність та віднесення самим ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» вищевказаної алкогольної продукції саме до рому, як алкогольного напою, вказує наявний у матеріалах справи офіційний лист ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» за вих. № 625/2.14 від 28 серпня 2014 року, адресований керівникам його підприємств-партнерів по оптовій торгівлі і чек про придбання даної продукції у магазині в м. Києві від 09 грудня 2014 року, який також міститься у матеріалах справи. Так, в даному листі прямо зазначається, що ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» дійсно наприкінці серпня 2014 року почав вводити на ринок нову продукцію – ром торговельної марки «Captain Jack». У чеку чітко зазначено, що 09 грудня 2014 року саме ром Капітан Джек Голд тросн. 0,7 л. був придбаний за 67,50 грн.»

«...Проте, з інформації, зазначеній на етикетках алкогольної продукції ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» не вбачається, що остання проходить такий процес приготування, як витримку спиртного напою – рому. Таким чином, інформація нанесена на етикетках та контретикетках продукції ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» не дає підстав вважати дані спиртні напої ромом. Отже, маркування та нанесення ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» на етикетки алкогольної продукції напису «ром» як типу спиртного напою, є інформацією, що вводить споживачів/покупців такої продукції в оману саме щодо товару.»

Отже, Відповідач шляхом розміщення на етикетках Напоїв написів RUM, у той час як до їх складу не входять інгредієнти, притаманні такому алкогольному напою, як ром, поширює невизначеному колу осіб неправдиві відомості про споживчі властивості продукції та її вид, що могло ввести в оману споживачів та вплинути на їхні наміри щодо придбання продукції цього суб'єкта господарювання.

Ринок алкогольних напоїв в Україні, на якому діють Відповідач і Заявник є конкурентним. Зокрема, серед основних брендів рому, які реалізуються в Україні, є: зокрема: «Havana Club», «Ron Varadero», «Ron Caney» (Куба); «Ocumare» (Венесуела), «de Kuiper», «Malecon» і «Carta Vieja» (Панама); «Santiago de Cuba», «Bacardi» (Пуерто-Рико); «Captain Morgan» (Ямайка, виробляється у Великій Британії); «Matusalem», «Appleton

Estate», «Ron Barceló» и «Brugal» (Домініканська Республіка); «Mount Gay», «Bristol Classic Rum», «Bundaberg», «Flor De Cana» (Гікарагуа); «Myers», «Malibu Rum», «Old Pascas», «Pott», «Ron Rico», «Pusser's», «Murhy's», «Angostura» (Тринідад і Тобаго); «Stroh» (Австрія), «Takamaka» (Сейшели) тощо.

Стимулювання зацікавленості споживачів шляхом поширення неправдивої інформації може надати неправомірні переваги на ринку та поставити Відповідача у більш вигідне становище порівняно з іншими суб'єктами господарювання, які діють на відповідному ринку, зокрема, перед Заявником.

Тобто, Відповідач може посилити свою конкурентну позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неправдивих відомостей про вид своєї продукції.

Продукція Заявника і Відповідача реалізується через однакові канали, навіть в одній торговельній мережі.

Ціна в торговельних мережах України алкогольної продукції (рому) Заявника та інших учасників цього ринку (рому) становить в середньому 250 – 300 грн за один литр, у той час як ціна Напоїв Відповідача становить 50 – 60 грн.

Тобто, Напої Відповідача майже в 4 рази дешевше за продукцію інших учасників ринку алкогольних напоїв (рому).

Враховуючи цінову політику Відповідача на Напої, споживачі можуть надати переваги при купівлі алкогольного напою – рому саме Напоєм виробництва Відповідача, помилково вважаючи, що купують справжній ром, та у зв'язку з тим, що Напої є значно дешевшими за аналогічну продукцію.

Відповідно до частини першої статті 11 Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» маркування алкогольних напоїв, які реалізуються в Україні, здійснюється з урахуванням того, що на лицьовій стороні етикетки кожної пляшки або самої пляшки (іншого посуду) алкогольних напоїв, які реалізуються через торговельну мережу, в доступній для споживача формі згідно з чинним законодавством про мови вказується, зокрема, загальна та власна назва виробу.

Згідно з абзацом другим частини четвертої статті 11 цього Закону етикеточна продукція розробляється товаровиробником алкогольних виробів і повинна відповідати вимогам чинного законодавства про мови (крім додаткової інформації щодо характеристик продукту), не потребує додаткових узгоджень, є промисловою власністю виробника.

Отже, виробник несе відповідальність за розміщення достовірної, правдивої інформації на етикетці його продукції, зокрема в частині розміщення на етикетці інформації щодо виду його продукції.

Відповідно до пункту першого статті 15 Закону України «Про захист прав споживачів» споживач має право на одержання необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про продукцію, що забезпечує можливість її свідомого і компетентного вибору.

Зважаючи на той факт, що на полицях магазинів Напої розміщено лицьовою стороною до споживачів, які бачать вид продукції – RUM, це може привернути їхню увагу та спонукати до придбання цього продукту, зокрема внаслідок нижчої ціни порівняно з алкогольними напоями, які є ромом, у той час як справжній вид продукту Відповідача – напій алкогольний міцний «Тростини́й». Унаслідок цього, ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» може посилити свою конкурентну позицію та отримати неправомірні переваги у конкуренції не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неправдивих відомостей щодо виду своєї продукції.

Як свідчать матеріали справи, Відповідач, зазначивши на етикетках Напоїв вид продукції RUM поширює неправдиву інформацію щодо споживчих властивостей своєї продукції (її виду).

Розміщення на етикетках Напоїв Відповідачем інформації в обраний спосіб, що його продукція – RUM, може ввести в оману споживачів щодо дійсного виду продукції та вплинути на наміри споживачів щодо придбання саме продукції Відповідача замість, зокрема, продукції Заявника чи інших учасників ринку, які виробляють та реалізують ром чи іншу алкогольну продукцію і правомірно зазначають на етикетках своєї продукції її вид.

Листом від 16.11.2015 № 512/1 ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» повідомило Комітет про те, що воно припинило виробництво Напоїв у грудні 2014 року, але підтвердних документів щодо такого припинення Відповідачем не надано.

За наявною в Комітеті інформацією, у липні 2015 року на офіційному веб-сайті Відповідача в мережі Інтернет за посиланням http://svkz.ua/ru/production/jack_black з'явилася інформація щодо пропонування до продажу двох видів алкогольної продукції «BLACK JACK», етикетки яких відрізняються від етикеток Напоїв, зокрема, назвою: замість «Captain Jack» Відповідач використовує назву продукції «BLACK JACK». Проте спосіб поширення інформації щодо виду цієї продукції RUM залишився незмінним.

У матеріалах справи містяться підтвердні документи, що у вересні 2015 року продукція Відповідача «BLACK JACK» реалізовувалась у торговельній мережі міста Києва.

У нижній центральній частині етикеток продукції «BLACK JACK» містяться назви напою «RUM Gold» та «RUM Black» відповідно, виконані латинськими літерами нестандартним готичним шрифтом.

Під цими назвами зазначено маленькими літерами: напій алкогольний міцний «Тростиний».

За результатами аналізу цих етикеток продукції «BLACK JACK» виробництва Відповідача встановлено, що їх оформлення суттєво не відрізняється від оформлення етикеток Напоїв. Зокрема, на етикетках продукції «BLACK JACK» Відповідач позиціонує в обраний спосіб свою продукцію як ром, напис слова «RUM» виконаний великими літерами і є домінуючим, у той час як напис – «напій алкогольний міцний «Тростиний» виконано маленькими літерами.

Тобто, на етикетках продукції «BLACK JACK» виробництва Відповідача залишився вид продукції – ром, що є предметом розгляду цієї справи.

Отже, порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції не припинено.

Відповідно до вимог статті 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» поширенням інформації, що вводить в оману, є повідомлення суб'єктом господарювання, безпосередньо або через іншу особу, одній, кільком особам або невизначеному колу осіб, у тому числі в рекламі, неповних, неточних, неправдивих відомостей, зокрема, внаслідок обраного способу їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань, що вплинули або можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, послуг цього суб'єкта господарювання.

Отже, матеріалами справи доведено, що дії товариства з обмеженою відповідальністю «Сімферопольський вино-коньячний завод» (вул. Маршала Малиновського, 14-А, м. Дніпропетровськ, 49000, код ЄДРПОУ 35112619) щодо розміщення на етикетках алкогольних напоїв rum gold/напій алкогольний міцний «Тростиний» з назвою «Captain Jack Black» (Капітан Джек Голд) і назвою «BLACK JACK» «rum gold» та rum black/напій алкогольний міцний «Тростиний» з назвою «Captain Jack Black» (Капітан Джек Блек) і назвою «BLACK JACK» «rum black» неправдивої інформації про вид продукції, внаслідок обраного способу викладення, що може вплинути на наміри невизначеного

кола осіб щодо придбання продукції цього суб'єкта господарювання, є порушенням, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.

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.

Відповідно до статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» вчинення порушення у вигляді недобросовісної конкуренції тягне за собою накладення штрафу у розмірі до п'яти відсотків виручки (доходу) від реалізації товарів за останній фінансовий рік, що передував року, в якому накладається штраф.

Дохід (виручка) ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за 2014 рік становить 422 033 596 (чотириста двадцять два мільйони тридцять три тисячі п'ятсот дев'яносто шість) грн.

Під час визначення розміру штрафу враховано:
товариство не сприяло розгляду справи;
порушення триває;
пом'якшуючі обставини відсутні.

Враховуючи викладене, керуючись статтею 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 21, 27, 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» та пунктом 32 Правил розгляду заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, затверджених розпорядженням Антимонопольного комітету України від 19 квітня 1994 року № 5, зареєстрованих у Міністерстві юстиції України 6 травня 1994 року за № 90/299 (у редакції розпорядження Антимонопольного комітету України від 29 червня 1998 року № 169-р) (із змінами), Антимонопольний комітет України

ПОСТАНОВИВ:

1. Визнати дії товариства з обмеженою відповідальністю «Сімферопольський вино-коньячний завод» (м. Дніпропетровськ, код ЄДРПОУ 35112619) щодо розміщення на етикетках алкогольних напоїв rum gold/напій алкогольний міцний «Тростиний» з назвою «Captain Jack Black» (Капітан Джек Голд) і назвою «BLACK JACK» «rum gold» та rum black/напій алкогольний міцний «Тростиний» з назвою «Captain Jack Black» (Капітан Джек Блек) і назвою «BLACK JACK» «rum black» неправдивої інформації про вид продукції, внаслідок обраного способу викладення, які можуть вплинути на наміри невизначеного кола осіб щодо придбання продукції цього суб'єкта господарювання, порушенням, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.

2. За порушення, зазначене в пункті 1 цього рішення, накласти на товариство з обмеженою відповідальністю «Сімферопольський вино-коньячний завод» штраф у розмірі 14 067 786 (чотирнадцять мільйонів шістдесят сім тисяч сімсот вісімдесят шість) гривень.

3. Зобов'язати товариство з обмеженою відповідальністю «Сімферопольський вино-коньячний завод» у двомісячний строк з дня одержання цього рішення припинити поширювати інформацію, визнану згідно з пунктом 1 цього рішення порушенням, шляхом приведення інформації про вид продукції, розміщеної на етикетках алкогольних напоїв rum gold/напій алкогольний міцний «Тростиний» з назвою «Captain Jack Black» (Капітан Джек Голд) і назвою «BLACK JACK» «rum gold» та rum black/напій алкогольний міцний «Тростиний» з назвою «Captain Jack Black» (Капітан Джек Блек) і назвою «BLACK JACK» «rum black» у відповідність із властивостями цієї продукції.

Штраф підлягає сплаті у двомісячний строк з дня одержання цього рішення.

Відповідно до 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.

Рішення може бути оскаржене до господарського суду міста Києва у двомісячний строк з дня його одержання.

Головуючий –
перший заступник Голови Комітету-
державний уповноважений

М. НІЖНИК