



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

11 жовтня 2018 р.

Київ

№ 547 - р

Про порушення
законодавства про захист
від недобросовісної конкуренції
та накладення штрафу

Антимонопольний комітет України (далі – Комітет), розглянувши матеріали справи № 127-26.4/123-16 про порушення товариством з обмеженою відповідальністю «Сімферопольський вино-коньячний завод» (далі – ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод», Товариство, Відповідач) (м. Дніпро, код ЄДРПОУ 35112619) законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та подання з попередніми висновками від 20.04.2017 № 127-26.4/123-16/146 – спр,

ВСТАНОВИВ:

1. ПРЕДМЕТ СПРАВИ

- (1) Комітетом розпочато розгляд справи № 127-26.4/123-16 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.

2. СТОРОНИ

- (2) Заявником у справі є міжнародна корпорація «Diageo Brands B.V.» (далі – Заявник).
- (3) Заявник є міжнародною корпорацією, що знаходиться за адресою: Моленверф 12, 1014БГ, Амстердам, Нідерланди; ND (Molenwerf 12, 1014BG, Amsterdam, The Netherlands) та входить до світової групи компаній «Diageo» – світового виробника алкогольних напоїв преміум-класу.
- (4) Основним видом діяльності Заявника є виробництво і реалізація алкогольних напоїв відомих світових брендів.
- (5) Відповідачем у справі є ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод».
- (6) 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 Товариства, згідно з КВЕД 11.01, є дистиляція, ректифікація та змішування спиртних напоїв.

- (7) Отже, Відповідач є суб'єктом господарювання у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції».
- (8) Заявник і Відповідач здійснюють господарську діяльність на одному ринку, а саме, на ринку алкогольних напоїв, та є конкурентами на цьому ринку.

3. ПРОЦЕСУАЛЬНІ ДІЇ

- (9) До Комітету листом від 29.06.2016 № 160629/13151 (zareestrovaniy u Komiteti 29.06.2016 za № 8-01/117-AM) надійшла заява про порушення Відповідачем законодавства про захист від недобросовісної конкуренції під час виробництва і реалізації алкогольних напоїв міцних «Jack Talker» «Red Level» (далі – Напій 1), «Jack Talker» «Black Level» (далі – Напій 2), «Jack Talker» «Blue Level» (далі – Напій 3) (далі разом – Напої «Jack Talker») на території України.
- (10) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 22.07.2016 № 09/196-р розпочато розгляд справи № 127-26.4/123-16 за ознаками вчинення Товариством порушень, передбачених:
 - статтею 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», щодо використання без дозволу (згоди) міжнародної корпорації «Diageo Brands B.V.» (Амстердам, Нідерланди) зовнішнього оформлення етикеток алкогольних напоїв міцних «Jack Talker», а саме: «Red Level», «Black Level», «Blue Level», схожих із зовнішнім оформленням етикеток алкогольної продукції «Johnnie Walker», а саме: «Red Label», «Black Label» та «Blue Label», яке міжнародна корпорація «Diageo Brands B.V.» раніше за ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» почала використовувати в господарській діяльності, що може призвести до змішування з діяльністю міжнародної корпорації «Diageo Brands B.V.»;
 - статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», щодо розміщення на етикетках алкогольних напоїв міцних «Jack Talker», а саме: «Red Level», «Black Level», «Blue Level», неправдивої інформації щодо назви продукції – «UKRAINIAN WHISKYE», у той час як це є «напій алкогольний міцний».
- (11) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 11.10.2016 № 09/304-р матеріали справи № 127-26.4/123-16 за ознаками вчинення ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» порушення, передбаченого статтею 4 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», щодо використання без дозволу (згоди) міжнародної корпорації «Diageo Brands B.V.» (Амстердам, Нідерланди) зовнішнього оформлення етикеток алкогольних напоїв міцних «Jack Talker», а саме: «Red Level», «Black Level», «Blue Level», - схожих із зовнішнім оформленням етикеток алкогольної продукції «Johnnie Walker», а саме: «Red Label», «Black Label» та «Blue Label», яке міжнародна корпорація «Diageo Brands B.V.» раніше за ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» почала використовувати в господарській діяльності, що може призвести до змішування з діяльністю міжнародної корпорації «Diageo Brands B.V.», виділено в окреме провадження та присвоєно новій справі № 127-26.4/201-16.
- (12) Листом від 20.04.2017 № 127-26.4/09-4312 Заявнику надіслано копію витягу з подання про попередні висновки у справі від 20.04.2017 № 127-26.4/123-16/146-спр.
- (13) Листом від 20.04.2017 № 127-26.4/09-4357 Відповідачу надіслано подання про попередні висновки у справі від 20.04.2017 № 127-26.4/123-16/146-спр.

- (14) За наявною в Комітеті інформацією, подання з попередніми висновками, надіслане до ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» листом від 20.04.2017 № 127-26.4/09-4357, не було вручене під час доставки.
- (15) У зв'язку з цим, керуючись пунктами 26 та 27 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), Комітет 12.05.2017 розмістив інформацію про подання з попередніми висновками від 20.04.2017 № 127-26.4/123-16/146-спр у справі та інформацію щодо дати, часу і місця прийняття рішення за результатами розгляду справи на офіційному веб-сайті Комітету (<http://www.amc.gov.ua>) у розділі «До уваги суб'єктів господарювання».
- (16) ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» не надало зауважень та заперечень щодо викладених у поданні з попередніми висновками від 20.04.2017 № 127-26.4/123-16/146-спр обставин справи.

4. ОБСТАВИНИ СПРАВИ

4.1. Обставини справи, встановлені за результатами дослідження діяльності Заявника

- (17) Алкогольна продукція, яку виробляє та реалізує Заявник, представлена на світовому та національному ринках алкогольних напоїв рядом відомих брендів, зокрема: «Johnnie Walker» «Red Label» (далі – Віскі 1), «Johnnie Walker» «Black Label» (далі – Віскі 2), «Johnnie Walker» «Blue Label» (далі – Віскі 3) (далі разом – Віскі «Johnnie Walker»).
- (18) Заявник здійснює господарську діяльність на території України опосередковано – через власне представництво «ДІАДЖЕО СКОТЛЕНД ЛІМІТЕД», зареєстроване на території України Міністерством економіки України 25.09.2008.
- (19) З початку 2005 року єдиним офіційним імпортером та дистриб'ютором Віскі «Johnnie Walker» в Україні є ТОВ «Баядера-Імпорт» (далі – ТОВ «Баядера-Імпорт») (м. Черкаси). Відповідно до свідоцтва про державну реєстрацію ТОВ «Баядера-Імпорт» зареєстроване 30.10.2002. Основним видом діяльності є оптова та роздрібна торгівля напоями.
- (20) Заявник має власний веб-сайт у мережі Інтернет www.diageo.com, на якому міститься інформація щодо його діяльності та продукції.
- (21) ТОВ «Баядера-Імпорт» понад десять років реалізує Віскі «Johnnie Walker» у багатьох містах України.
- (22) У торговельних мережах на території України Віскі «Johnnie Walker» місткістю 0,5 л, а саме: Віскі 1, Віскі 2, Віскі 3, - реалізуються за ціною близько 375 грн, 755 грн та 5 000 грн відповідно (на червень 2016 року).
- (23) За інформацією Заявника, через свого офіційного дистриб'ютора та імпортера він вклав значні кошти в рекламування та просування торговельної марки «Johnnie Walker» в Україні.

- (24) Зовнішнє оформлення етикеток Віскі «Johnnie Walker», а саме: Віскі 1, Віскі 2 та Віскі 3, є чотирикутником у золотому обрамленні, на якому розміщено, зокрема в нижній центральній частині етикетки, напис (позначення), що вказує на вид напою – «BLENDED SCOTCH WHISKY», виконаний латинським насиченим (жирним) шрифтом великими літерами золотого кольору. Вищезазначений напис (позначення) виконано іноземною мовою (див. фотокопію 1).

(25)

Johnnie Walker Red Label (Bicki 1)	Johnnie Walker Black Label (Bicki 2)	Johnnie Walker Blue Label (Bicki 3)
		

Фотокопія 1

- (26) Склад Віскі 1 містить такі інгредієнти: витримані зернові спирти на основі ячмінного солоду та пшениці (вік витримки – у середньому близько 12 років), вода підготовлена, барвник – цукровий колір I (простий) (E150a).
- (27) Склад Віскі 2 містить такі інгредієнти: витримані зернові спирти на основі ячмінного солоду та пшениці (вік витримки – у середньому близько 4 – 5 років), вода підготовлена, барвник – цукровий колір I (простий) (E150a).
- (28) Склад Віскі 3 містить такі інгредієнти: вода підготовлена, витримані зернові спирти на основі ячмінного солоду та пшениці, карамель E150a.
- (29) Виробником на контретикетці Віскі «Johnnie Walker» зазначено «Diageo Global Supply Leven»/«Діагео Глобал Саплай Левен».
- (30) За наданими Заявником Комітету підтвердними документами, Заявник уповноважив міжнародну корпорацію «Diageo Scotland Limited» (далі – Діагео Скотланд Лімітед) (м. Единбург, Велика Британія) виробляти та пакувати Віскі «Johnnie Walker» від свого імені відповідно до чинного та конфіденційного Договору про Толінгове Виробництво від 05.02.2005.
- (31) Відповідно до вищевказаного Договору Діагео Скотланд Лімітед, використовуючи матеріали та інгредієнти, які є власністю Заявника, а також використовуючи інтелектуальну власність, що знаходиться у власності Заявника, виготовлятиме, розливатиме та пакуватиме Продукцію (Віскі «Johnnie Walker») для та від імені Заявника.
- (32) За інформацією Заявника, «Diageo Global Supply»/«Діагео Глобал Саплай» – це назва виробництва, що є частиною бізнесу та включає виробничі потужності по всій

Шотландії та на інших територіях. «Diageo Global Supply Leven»/«Діагео Глобал Саплай Левен» є назвою місця, де розташовані виробничі потужності Діагео Скотланд Лімітед.

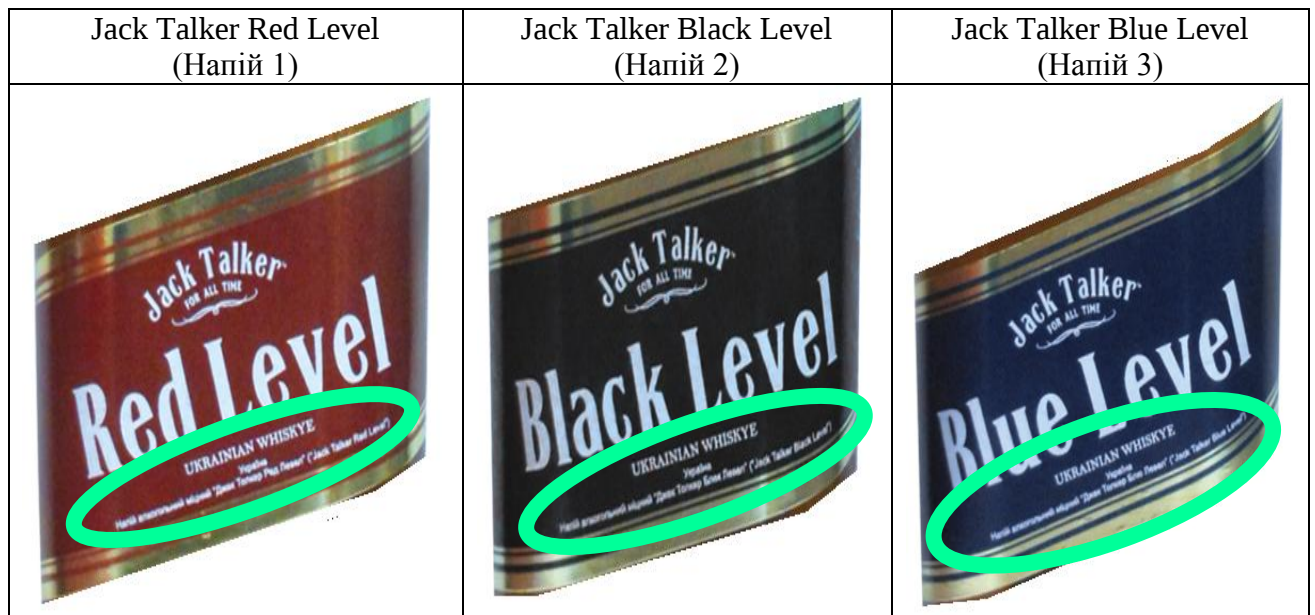
- (33) Заявник також повідомив Комітет, що: «...«Diageo Global Supply Leven»/«Діагео Глобал Саплай Левен» не є ні окремою юридичною особою, ні співзасновником Діагео Скотланд Лімітед, ані самостійним суб'єктом господарювання в розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», а є лише структурним підрозділом компанії «Діагео Скотланд Лімітед», тобто його складовою частиною, враховуючи структуру Діагео Скотланд Лімітед.
- (34) Відповідно «Diageo Global Supply Leven»/«Діагео Глобал Саплай Левен» немає ні своєї частки в активах Діагео Скотланд Лімітед, ні окремого обов'язкового реєстраційного коду компанії (є обов'язковою умовою діяльності самостійного суб'єкта господарювання за законодавством Великобританії), ані будь-якої кількості акцій у статутному капіталі, а тільки перебуває із Заявником у відносинах контролю та прямого підпорядкування.
- (35) За таких обставин всі юридично значущі дії від імені структурного підрозділу Діагео Скотланд Лімітед - «Diageo Global Supply Leven»/«Діагео Глобал Саплай Левен» вчиняє сам Діагео Скотланд Лімітед, що здійснює вирішальний вплив на згаданий структурний підрозділ завдяки праву володіння й користування всіма активами (їх значною частиною), що належать співзасновникам Діагео Скотланд Лімітед...».
- (36) Комітету надано підтвердні документи, що Діагео Скотланд Лімітед – виробник та дистриб'ютор алкогольних напоїв та повністю належить Діагео пі.ел.сі (далі – Diageo plc) та її дочірній компанії, що зареєстрована в Шотландії за реєстраційним номером 750 із зареєстрованим офісом в Единбурзі.
- (37) Продукцію Віскі «Johnnie Walker» Діагео Скотланд Лімітед виробляє та пакує за ліцензією від компанії Заявника – власника брендів, яка повністю належить Diageo plc.
- (38) За інформацією Заявника, в Шотландії існує поділ на регіони виробництва віскі. Є п'ять основних регіонів виробництва: Високогір'я (Highlands), Спейсайд (Speyside), Рівнина (Lowlands), острів Айла (Islay), Кемпбелтаун (Campbeltown). У різних регіонах виготовляють різний за смаком віскі.
- (39) Як зазначає Заявник, Red Label (Віскі 1) – це стандартний купаж. До його складу входить близько 35 сортів витримкою 3 – 5 років. Основа купажу – віскі Cardhu з медовим смаком. Також у Віскі 1 входять димно-торф'яні сорти з островів. Досить різкий і злегка агресивний завдяки своїй молодості.
- (40) Johnnie Walker Black Label (Віскі 2) – купаж класу «де люкс». У нього входить близько 40 сортів витримкою не менше 12 років; 35 сортів із 40 – солодові віскі. Головна перевага Віскі 2 – складність смаку. У Віскі 2 входять віскі практично з усіх регіонів виробництва, завдяки чому і виникає складний смак. Кожен із 40 сортів по-своєму впливає на неповторність купажу, але при цьому є 4 основних аромати. Унікальний віскі із Спейсайд – Cardhu (кард). Cardhu - основа купажу Віскі 2, він надає букету медових ноток, шовковистості і ніжності. Інші сорти із Спейсада і Високогір'я надають яблучних і злегка цитрусових тонів. На контрасті зі свіжими квітково-фруктовими тонами Спейсайд у купаж входять сорти з островів Шотландії - Caol Ila (Кул Айла) і Lagavulin (Лагавулін). Завдяки їм у купажі з'являються димно-торф'яні і морські тони. Завдяки сортам, витриманим у бочках з-під хересу, у купажі з'являються пряні тони сухофруктів, родзинок і трохи в'яленого чорносливу, злегка

винний, хересовий смак. Вершкові, ванільні тони з'являються завдяки бочкам з-під бурбона і зерновим сортам віскі, які мають більш солодкі тони.

- (41) За інформацією Заявника, Віскі 3 - це суміш 16 рідкісних сортів. Деяким з них - 50 років, до складу якого входить Auchterool 1923 року - продукт зниклої віскокурні з Рівнини. Середній вік спиртів - 25 років. Із тисячі бочок на Віскі 3 використовується в середньому одна. Віскі в кожній бочці – неповторний. На Віскі 3 вік не вказується зовсім. Старі сорти (50 років) змішуються з більш молодими. Основа купажу - Royal Lochnagar з Високогір'я, який надає соковитого квітково-фруктового смаку, а Caol Ila з Айли - димно-торф'яних і морських тонів.
- (42) За інформацією Заявника, в Україні щонайменше з 2005 року Заявник використовує етикетки на Віскі «Johnnie Walker» з позначенням «BLENDED SCOTCH WHISKY».
- (43) Заявник вкладає значні кошти в просування власної продукції, зокрема, її рекламування.
- (44) Крім того, Заявник за продукцію Віскі «Johnnie Walker» отримав безліч нагород на різних виставках та конкурсах.
- (45) Активні дії Заявника щодо просування власної торговельної марки та Віскі «Johnnie Walker» з оригінальними і впізнаними споживачами назвою та етикеткою на ринку, а також вкладення значних коштів у рекламу продукції під цією торговельною маркою, створили популярність бренду – віскі «Johnnie Walker» в Україні.

4.2. Обставини справи встановлені за результатами дослідження діяльності Відповідача

- (46) У травні 2016 року Заявнику стало відомо, що ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» здійснює виробництво та реалізацію в Україні міцних алкогольних напоїв («UKRAINIAN WHISKYE» (українське віскі)) торговельної марки «Jack Talker» та його видів «Jack Talker» «Red Level», «Jack Talker» «Black Level», «Jack Talker» «Blue Level».
- (47) На думку Заявника, ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» поширює на етикетках продукції «Jack Talker» інформацію про його споживчі властивості (вид продукції - «UKRAINIAN WHISKYE» (українське віскі), яка не відповідає дійсності та може ввести в оману споживачів і вплинути на їхні наміри щодо придбання продукції (Напою 1, Напою 2 та Напою 3) ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод».
- (48) Зовнішнє оформлення етикетки Напоїв «Jack Talker», зокрема: Напою 1, Напою 2 та Напою 3, є чотирикутником у золотому обрамленні, на якому розміщено, зокрема в нижній центральній частині етикетки, напис (позначення), що вказує на вид напою – «UKRAINIAN WHISKYE», виконаний латинським шрифтом великими літерами білого кольору. Вищезазначений напис (позначення) виконано іноземною мовою (див. фотокопію 2).



Фотокопія 2

- (49) Під цим написом (позначенням) («UKRAINIAN WHISKYE») літерами білого кольору значно меншого розміру, ніж вищезазначений напис, міститься інший напис: «Напій алкогольний міцний «Джек Толкер Ред Левел» («Jack Talker Red Level»), «Джек Толкер Блек Левел» («Jack Talker Black Level») та «Джек Толкер Блю Левел» («Jack Talker Blue Level») відповідно.
- (50) Написи «Напій алкогольний міцний «Джек Толкер Ред Левел» («Jack Talker Red Level»), «Джек Толкер Блек Левел» («Jack Talker Black Level») та «Джек Толкер Блю Левел» («Jack Talker Blue Level») відповідно можна побачити лише з близької відстані до Напою 1, Напою 2 та Напою 3 та ретельно роздивляючись.
- (51) Написи на етикетці Напоїв «Jack Talker» - «UKRAINIAN WHISKYE» виконано великими літерами, які легко прочитати, на відміну від написів «Напій алкогольний міцний» «Джек Толкер Ред Левел» («Jack Talker Red Level»), «Джек Толкер Блек Левел» («Jack Talker Black Level») та «Джек Толкер Блю Левел» («Jack Talker Blue Level») відповідно, які нанесено дуже дрібним шрифтом білого кольору, що на значній відстані від Напою 1, Напою 2 та Напою 3 унеможливлює його прочитання.
- (52) На контретикетках Напоїв «Jack Talker», зокрема: Напою 1, Напою 2 та Напою 3, - також дрібним шрифтом розміщено написи щодо виду продукції – «Напій алкогольний міцний» «Джек Толкер Ред Левел» («Jack Talker Red Level»), «Джек Толкер Блек Левел» («Jack Talker Black Level») та «Джек Толкер Блю Левел» («Jack Talker Blue Level») відповідно.
- (53) У зв'язку з тим, що на етикетці та контретикетці Напоїв «Jack Talker» розміщено суперечливу інформацію щодо виду продукції «UKRAINIAN WHISKYE» та «напій алкогольний міцний», на думку Заявника, ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» розміщує неправдиву інформацію про вид продукції, що може надати виробнику цієї продукції неправомірних переваг у конкуренції на ринку алкогольних напоїв, зокрема, порівняно із Заявником та іншими учасниками ринку алкогольних напоїв.
- (54) Виробником Напою 1, Напою 2 та Напою 3 на контретикетці зазначено ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод».

- (55) Склад Напою 1, Напою 2 та Напою 3 є ідентичним та містить такі інгредієнти: настій спиртовий солоду пивоварного ячмінного, спирт етиловий ректифікований «Люкс», вода питна підготовлена, цукор білий, спирт плодовий молодий.
- (56) Напої «Jack Talker» розливаються у пляшки місткістю 0,5 л і реалізуються в торговельній мережі за ціною приблизно 60 грн (на червень 2016 року).
- (57) Гарантійний термін зберігання Напоїв «Jack Talker» – 2 роки з дати виробництва.
- (58) Як зазначено на контретикетках, Напої «Jack Talker» Товариство виробляє відповідно до Технічних умов (ТУ У 11.0-35112619-00662015).
- (59) ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» на території України здійснює виробництво та реалізацію алкогольних напоїв, зокрема, горілки «Древне Киевская», «Хлебная Слеза», «Олигарх», коньяків «Ай-Петри», «Крымский Отборный», «Корона Крыма», «Солнечный берег», а також міцних алкогольних напоїв із назвою «Black Jack» та «Jack Talker» (усі назви – мовою оригіналу) тощо.
- (60) Відповідач має власний веб-сайт у мережі Інтернет www.svkz.ua, на якому міститься інформація щодо його діяльності та алкогольної продукції, яку він реалізує.
- (61) Листом від 10.10.2016 № 490 (zareєстрований у Комітеті 19.10.2016 за № 8-127/1124 кі) ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» повідомило Комітет про те, що почало виробляти та реалізовувати Напої «Jack Talker» із грудня 2015 року.
- (62) У цьому ж листі ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» повідомило Комітет про те, що самостійно розробило та виготовило оригінал-макети Напоїв «Jack Talker».
- (63) Товариство також повідомило Комітет, що виробляє та реалізовує Напої «Jack Talker» із двома видами етикеток, які відрізняються одна від одної лише зовнішнім оформленням самої етикетки, у той час як контретикетка є однаковою.
- (64) Зовнішнє оформлення першого виду етикеток, що є предметом розгляду справи № 127-26.4/123-16, наведене на фотокопії 2.
- (65) Зовнішнє оформлення другого виду етикеток продукції «Jack Talker» схоже на зовнішнє оформлення першого виду етикеток і відрізняється лише відсутністю у нижній центральній частині етикетки напису (позначення), що вказує на вид напою – «UKRAINIAN WHISKYE».
- (66) Тобто, ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» виробляє та реалізовує Напої «Jack Talker», зокрема, з двома видами етикеток: один вид для напоїв – Напій 1, Напій 2 та Напій 3 з написом (позначенням), що вказує на вид напою – «UKRAINIAN WHISKYE», інший – без цього напису (позначення).
- (67) Листом від 10.10.2016 № 490 Товариство повідомило Комітет, що у грудні 2015 року всього вироблено алкогольної продукції ТМ «Jack Talker» 45 000 пляшок, а реалізовано у 2015 році – 15 561, у 2016 році вироблено алкогольної продукції ТМ «Jack Talker» 364 160 пляшок, а реалізовано у 2016 році – 279 872 пляшки.
- (68) Водночас, листом від 03.04.2017 № 421 Товариство повідомило Комітет, що у грудні 2015 року вироблено Напоїв «Jack Talker» з етикетками, на яких розміщено напис

(позначення), що вказує на вид напою – «UKRAINIAN WHISKYE», 22 500 пляшок, а реалізовано у 2015 році 7 780 пляшок на суму 300 456 грн, у 2016 році вироблено Напоїв «Jack Talker» з етикетками, на яких розміщено напис (позначення), що вказує на вид напою – «UKRAINIAN WHISKYE», 141 409 пляшок, а реалізовано у 2016 році 55 641 пляшку на суму 2 306 708 грн.

- (69) У Комітеті відсутні підтвердні документи щодо припинення у 2017 році (станом на травень 2017 року) Товариством розміщення на етикетках напоїв алкогольних міцних ТМ «Jack Talker», а саме: «Jack Talker Red Level», «Jack Talker Black Level», «Jack Talker Blue Level», - написів «WHISKYE» («UKRAINIAN WHISKYE») (назви продукції), а також відсутні підтвердні документи щодо припинення реалізації зазначеної вище продукції.
- (70) Листом від 10.10.2016 № 490 Товариство повідомило Комітет, що Напої «Jack Talker» з етикетками, на яких розміщено напис (позначення), який вказує на вид напою – «UKRAINIAN WHISKYE», реалізується в таких торговельних мережах України: ТОВ «Альянс Маркет» (Евротек), ТОВ «Астерс груп» (Фуршет), ТОВ «Барві Холдинг 2» (Евротек), ТОВ «Група Рітейла України» (Караван), ТОВ «Новус Україна» (Новус), ТОВ «Пакко Холдинг» (Пакко), ТОВ «Союз Рітейл Д» (Новус), ТОВ «Фудмережа» (Велика кишеня), ТОВ «Омега» (Варус).
- (71) У Комітеті відсутні підтвердні документи щодо припинення Товариством розміщення на етикетках напоїв алкогольних міцних ТМ «Jack Talker», а саме: «Jack Talker Red Level», «Jack Talker Black Level», «Jack Talker Blue Level», написів «WHISKYE» («UKRAINIAN WHISKYE») (назви продукції).
- (72) За повідомленням Відповідача, з 2015 року по серпень 2016 року ним було здійснено експортування продукції ТМ «Jack Talker» (27 960 пляшок місткістю 0,5 л) до Узбекистану, Азербайджану на загальну суму 24 588 дол. США.
- (73) Водночас Товариство зазначило, що не фіксувало, з якою етикеткою було експортовано продукцію ТМ «Jack Talker».
- (74) Комітетом для отримання інформації щодо поширення на етикетках Напоїв «Jack Talker» виробництва Відповідача інформації щодо виду продукції «WHISKYE» («UKRAINIAN WHISKYE»), у той час як це є напій алкогольний міцний, надіслано запити про надання інформації до спеціалістів, які володіють необхідними знаннями в цій галузі.

Висновки Української корпорації по виноградарству і виноробній промисловості

- (75) Так, Українська корпорація по виноградарству і виноробній промисловості «Укрвинпром» (далі – Корпорація), до якої входить понад 120 підприємств, листом від 03.02.2017 № 10 (zareestrovanim у Комітеті 10.02.2017 за № 8-127/1253) повідомила наступне.
- (76) «...ДСТУ 3297-95 «Лікero-горілчана промисловість. Терміни та визначення» (далі - ДСТУ 3297-95) установлює терміни і визначення основних понять у галузі лікero-горілчаної промисловості. Стосовно віскі у пункті 4.13 стандарту зазначено, що віскі це настоянка міцністю від 40 % до 45%, з характерним ароматом. Виготовлена з витриманого в обвуглених всередині дубових бочках спирту-сирцю із зерна жита, кукурудзи, ячменю.

- (77) Інших інгредієнтів нормативними документами не передбачено.
- (78) Окремого стандарту виготовлення віскі в Україні не встановлено. Відповідно до ДСТУ 1.3:2004 у разі, коли немає національного стандарту суб'єкт господарювання вправі розробляти технічні умови. Керуючись вимогами вищезазначеного стандарту, суб'єкт господарювання мав право розробити власні технічні умови виробництва віскі, але у відповідності до вимог ДСТУ 3297-95.
- (79) Алкогольний напій, який має склад настій спиртовий солоду пивоварного ячмінного, спирт етиловий ректифікований «Люкс», вода питна підготовлена, цукор білий, спирт плодовий молодий, не може називатись віскі, тому що як зазначено вище віскі – це не дистильований напій».
- (80) Крім того, у цьому ж листі Корпорація зазначила, що на етикетках Напоїв продукція маркована іноземною мовою, відповідно до пункту 4 статті 11 Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів», етикеточна продукція розробляється товаровиробником алкогольних та тютюнових виробів і повинна відповідати вимогам чинного законодавства про мови (крім додаткової інформації щодо характеристик продукту), не потребує додаткових узгоджень, є промисловою власністю виробника та захищається згідно з чинним законодавством. Власні назви алкогольних напоїв та тютюнових виробів визначаються їх виробниками і можуть відтворювати зареєстрований чи поданий на реєстрацію знак для товарів і послуг або бути його частиною.
- (81) Асоціація зазначила, що розміщення напису «WHISKYE» на етикетці Напоїв може ввести в оману споживачів, оскільки відповідно до зазначених складників нічого спільного з віскі ці Напої не мають.

Висновки Асоціації «Виноградарі та винороби України»

- (82) Асоціація «Виноградарі та винороби України» (далі – Асоціація), яка створена у 2004 році, листом від 20.11.2015 № 20-01/11-2015 наголошує на тому, що «Віскі це лікоро-горілчаний напій міцністю 45 %, який готується перегонкою збродженого солодкого сусла із зернової сировини (риса, кукурудзи, ячменю) з наступним тривалим витримуванням спирту-сирцю в дубових бочках, обвуглених зсередини».
- (83) Основним інгредієнтом цього лікоро-горілчаного напою є зброжене солодке сусло із зернової сировини. У різних країнах для виробництва віскі може використовуватися своя сировина залежно від регіону: в Шотландії – ячмінь, у США та Канаді – кукурудза.
- (84) Асоціації не відомо про виробників в Україні, які здійснюють виробництво алкогольного напою віскі на її території.
- (85) За повідомленням Асоціації, щоб алкогольний напій був схожий за своїм складом до віскі, то потрібно, щоб основним його інгредієнтом для виробництва збродженого сусла була зернова сировина, а також тривала витримка виготовленого після перегонки цього сусла спирту сирцю в дубових бочках, котрі обвуглені зсередини.
- (86) На цей сьогодні Асоціації не відомо про наявність в Україні виробництва будь-яких алкогольних продуктів, які схожі за своїм складом до віскі.

Висновки Європейської Бізнес Асоціації

- (87) Листом від 17.02.2017 № 162/2017/19 (zareєстрованим у Комітеті 10.02.2017 за № 8-01/1516) Європейська Бізнес Асоціація (далі – Асоціація) надала, зокрема, наступну інформацію.
- (88) Віскі – це категорія, родове поняття виду спиртних алкогольних напоїв. За даними компаній – членів Комітету Асоціації, у цій категорії представлена найбільша кількість брендів порівняно з іншими категоріями міцних алкогольних напоїв, таких, як: горілка, бренді, коньяк тощо.
- (89) Оскільки поняття віскі є родовим, вимоги до складу конкретного виду напою визначаються на рівні законодавств країн, де цей вид напою виробляється.
- (90) Відповідно до пункту 2 додатку II до Регламенту (ЄС) № 110/2008 Європейського парламенту і Ради ЄС від 15 січня 2008 року про визначення, опис, представлення на ринку, маркування і захист найменувань місць походження спиртних напоїв і скасування Регламенту ЄЕС № 1576/89 (далі – Регламент № 110/2008), віскі – це спиртний напій, отриманий виключно:
- (а) внаслідок дистиляції солодових зернових культур у присутності або без присутності інших зернових, який був:
 - осолоджений діастазою, що міститься в солоді, з додаванням або без додавання інших природних ензимів;
 - заброджений під впливом дріжджів;
 - (б) з допомогою однієї або декількох дистиляцій мінімум до 94,8 % об'ємних одиниць таким чином, щоб дистилят мав аромат та смак, отримані від застосованої сировини;
 - (в) внаслідок витримки кінцевого дистиляту не менше трьох років у дерев'яних бочках місткістю не більше 700 літрів.
- (91) Кінцевий дистилят, до якого можуть бути додані вода або природна карамель (як барвник), повинен зберігати свій колір, аромат і смак, які виникають внаслідок процедур, зазначених у пунктах а), б) та в). Мінімальний вміст алкоголю у віскі повинен становити 40 % об'ємних одиниць. Не дозволяється здійснювати додавання розчиненого або нерозчиненого спирту в розумінні пункту 5 додатка I до Регламенту № 110/2008 (згідно із цим пунктом, додаванням спирту вважається «додавання етилового спирту сільськогосподарського походження та/або дистилятів сільськогосподарського походження до спиртного напою»).
- (92) Не дозволяється підсолоджувати чи ароматизувати віскі, а також не дозволяється додавання інших добавок, крім звичайної карамелі, що використовується як барвник.
- (93) Вимоги до виробництва, маркування, просування шотландського віскі (скотч) встановлені Регламентами шотландського віскі № 2890 від 30 жовтня 2009 року (далі – Регламент 2009 року). Відповідно до Регламенту 2009 року, положення якого в частині визначення поняття «віскі» здебільшого збігаються з відповідними положеннями Регламенту № 110/2008, саме шотландським віскі може називатися віскі дистильований та витриманий виключно на території Шотландії.
- (94) Деякі виробники віскі чи алкогольних напоїв, які видаються за віскі, роблять акцент на розміщенні цифр на маркуванні, які споживачі схильні сприймати як інформацію

про витримку напою. Витримка у свою чергу визначається кількістю років, протягом яких напій витримувався в дубових бочках. Будь-яке позначення щодо витримки повинно мати посилання виключно на наймолодший спирт, що був використаний у купажі кінцевого продукту.

- (95) Так, відповідно до Регламенту 2009 року заборонено здійснювати маркування, пакування, рекламування чи просування шотландського віскі шляхом використання будь-яких цифр (нанесених у будь-який спосіб), якщо посилання на таку цифру може ввести в оману щодо приналежності такої цифри до витримки віскі, його віку чи моменту дистиляції.
- (96) В Україні поняття «віскі» визначено виключно у ДСТУ 3297-95. Питання виробництва алкогольних напоїв регламентується ДСТУ 4257:2003 «Напої лікеро-горілчані. Технічні умови», який визначає вимоги до виробництва алкогольних напоїв інших, ніж горілка, коньяк/бренді, вино та пиво; однак він не містить технічних умов щодо процедури виробництва віскі.
- (97) На переконання експертів компаній – членів Комітету Асоціації, з огляду на вимоги до віскі, які є майже ідентичними в законодавствах ЄС та Шотландії. Склад алкогольних напоїв міцних ТМ «Jack Talker Black Level», ТМ «Jack Talker Blue Level», «Jack Talker Red Level» не дозволяє стверджувати про їх належність до категорії «віскі».
- (98) Асоціації не відомі українські виробники, які виробляють алкогольний напій віскі в Україні.

Висновки Американської торгівельної палати в Україні

- (99) Листом від 27.01.2017 № 17-26 (зарєєстрованим у Комітеті 07.02.2017 за № 8-127/1117) Американською торгівельною палатою в Україні (далі –АТП) надано, зокрема, наступну інформацію.
- (100) У Великобританії (Шотландії) вимоги до виробництва, маркування, просування шотландського віскі (скотч) встановлюються Регламентами шотландського віскі № 2890 від 30 жовтня 2009 року (далі – Регламент 2009 року). Відповідно до Регламенту 2009 року, положення якого в частині визначення поняття «віскі» здебільшого збігаються з відповідними положеннями Регламенту № 110/2008, саме шотландським віскі може називатися віскі дистильований та витриманий виключно на території Шотландії.
- (101) Зазначаючи вимоги до шотландського віскі, яке через свою всесвітню популярність регулярно стикається з такими проявами недобросовісної конкуренції, як фальсифікація, копіювання, відтворення, - варто згадати створену у 1912 році Асоціацію Шотландського Віскі (далі – SWA). Головною метою діяльності SWA є захист репутації шотландського віскі як категорії та протидія неправомірним перевагам у конкуренції, які отримуються від реалізації низькоякісних (чи простіших за способом виробництва) алкогольних напоїв під назвою віскі, виробництво яких, наприклад, не передбачає тривалої витримки.
- (102) SWA відносить до найпоширеніших способів недобросовісного використання репутації віскі, крім власне безпідставного використання слова «віскі», зокрема, неправдиві (оманливі) позначення про витримку (false age). Деякі виробники віскі чи алкогольних напоїв, що видаються за віскі, роблять акцент на розміщенні цифр на

маркуванні, які споживачі схильні сприймати як інформацію про витримку напою. Витримка у свою чергу визначається кількістю років, протягом яких напій витримувалася в дубових бочках. Будь-яке позначення щодо витримки повинно мати посилання виключно на наймолодший спирт, що був використаний у купажі кінцевого продукту.

- (103) У багатьох країнах, де шотландський віскі займає більшу частину відповідного ринку, а споживачі переважно асоціюють шотландський віскі власне з Шотландією, споживачі часто вважають, що будь-який віскі є шотландським віскі, до тих пір поки вони не були повідомлені про інше, або якщо продукт, який називається віскі, не містить зазначення іншого місця походження. Зазначена ймовірність омані зростає, якщо основне маркування виконано англійською мовою, адже переважна більшість таких споживачів не володіє достатньою мірою англійською мовою.
- (104) Деякі виробники вводять споживачів в оману, реалізуючи продукцію, що містить маркування, ідентичне маркуванню відомого бренду шотландського віскі. Отже, споживачі вважають, що такий продукт також є шотландським віскі.
- (105) Повний узагальнений перелік зловживань у маркуванні алкогольних напоїв, спрямованих на досягнення неправомірних переваг в конкуренції через використання репутації шотландського віскі, можна знайти за посиланням на сторінці SWA – <http://www.scotch-whisky.org.uk/what-we-do/protecting-scotch/>.
- (106) Асоціації не відомі українські виробники, які виробляють алкогольний напій віскі в Україні.

Висновки Державної фіскальної служби України

- (107) Листом від 23.02.2017 № 2919/5/99-99-12-01-01-16 (вх. № 11-01/1781 від 27.02.2017) Державна фіскальна служба України (далі – ДФС) надала, зокрема, наступну інформацію.
- (108) На сьогодні у сфері виробництва алкогольних напоїв діє національний стандарт України ДСТУ 3297:95.
- (109) Вимоги цього стандарту є чинними для використання в роботі підприємств, організацій, що діють в Україні, технічних комітетів зі стандартизації, науково-технічних та інженерних товариств, міністерств (відомств).

Висновки Міністерства аграрної політики та продовольства України

- (110) Листом від 24.01.2017 № 37-32-3-10/1259 Міністерство аграрної політики та продовольства України (далі – Міністерство) підтвердило висновки, наданіДФС, та підтвердило вимоги відповідно до Регламенту Європейського Парламенту і Ради (ЄС) № 110/2008.
- (111) Міністерство зазначило, що в пункті 5 додатка I до цього Регламенту визначено, що додаванням спирту вважається додавання етилового спирту сільськогосподарського походження та/або дистилятів сільськогосподарського походження до спиртного напою.
- (112) Інша інформація, крім наведеної вище, щодо наявності нормативних документів в Україні, які містять вимоги до виробництва алкогольного напою віскі, у Міністерстві відсутня.

- (113) Міністерство вважає, що з урахуванням вимог до алкогольного напою віскі, встановлених ДСТУ 3297:95 та Регламентом № 110/2008, наявність у складі напою віскі спирту етилового ректифікованого «Люкс», спирту плодового, цукру білого не передбачається.
- (114) У Міністерстві відсутня інформації щодо виробників віскі в Україні.
- (115) Отже, з вищенаведеної оцінки спеціалістів можна зробити висновок, що Напої «Jack Talker» – це продукти, які не мають тих споживчих властивостей, які має алкогольний напій віскі.

Обставини справи встановлені за результатами опитування споживачів

- (116) Для з'ясування рівня можливості введення в оману споживачів шляхом розміщення ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» позначення «WHISKYE» було опитано 1000 осіб та отримано такі результати:
- (117) 95 % споживачів сприймають позначення «WHISKYE» (латинськими літерами) як віскі;
- (118) 92 % споживачів відповіли, що оформлення етикетки Продукції «Jack Talker», а саме: Напою 1, Напою 2 та Напою 3, - справляє враження, що цей напій - віскі; лише 7 % споживачів вважають, що це – напій алкогольний міцний.
- (119) 88 % споживачів відповіли, що не придбали б продукцію, на етикетці якої міститься позначення «WHISKYE», якщо б знали, що цей вид продукції не є віскі.
- (120) На питання: «Яке позначення є домінуючим» від споживачів отримані такі відповіді:
 95 % – віскі;
 5 % – напій алкогольний міцний.
- (121) 96 % опитаних споживачів вважають, що напис «алкогольний міцний» виконано дуже дрібним шрифтом, що на значній відстані від Продукції «Jack Talker» ускладнює його прочитання.
- (122) 91 % опитаних споживачів вважають, що одночасне зазначення на лицьовій стороні етикетки Продукції «Jack Talker» позначень «WHISKEY» («UKRAINIAN WHISKYE») та «напій алкогольний міцний» може ввести їх в оману щодо дійсного виду продукції.
- (123) На питання: «Чи є на Ваш погляд різниця між такими видами продукції як «віскі» («WHISKEY») та напій алкогольний міцний» 91 % опитаних відповіли – ТАК.
- (124) 90 % опитаних споживачів не придбали б продукцію, на лицьовій стороні етикетки якої містяться позначення «WHISKEY» («UKRAINIAN WHISKYE»), якщо б знали, що справжній вид продукції – напій алкогольний міцний.
- (125) Отже, інформація, розміщена на етикетці Товару, асоціюється в більшості опитаних споживачів саме з алкогольним напоєм віскі.
- (126) Тобто, поширення Відповідачем на етикетці Напоїв інформації щодо виду продукції «WHISKYE» (віскі), у той час як вид продукції – напій алкогольний міцний, може

ввести в оману невизначене коло споживачів унаслідок поширення неправдивої інформації про споживчі властивості напою (вид напою) через спосіб її викладення.

Обставини справи, встановлені за результатами дослідження діяльності інших суб'єктів господарювання, що здійснюють господарську діяльність на ринку алкогольних напоїв

- (127) Ринок алкогольних напоїв в Україні, на якому діє Відповідач, є конкурентним. Зокрема, серед основних брендів віскі, які реалізуються в Україні, є: «Wild Turkey»; «Jack Daniel's»; «Jack Daniel's Single Barrel»; «Jack Daniel's Silver Select Single Barrel»; «Jack Daniel's Tennessee Honey»; «Gentleman Jack»; «American Honey»; «Hankey Bannister»; «MacArthur's»; «Jameson Irish Whiskey»; «Glen Grant Old Smuggler»; «Ballantine's»; «Ballantine's Very Old»; «Glen Grant Majors Reserve»; «Highland Park»; «Douglas Laing Provenance Linkwood Vintage»; «Dewar's»; «The Macallan Rare»; «The Famous Grouse 16 YO Special Edition»; «Tullamore Dew Original», «Irishman Single Malt Irish Whisky», «William Lawson's»; «Chivas», «Old Smuggler» тощо.
- (128) Отже, стимулювання зацікавленості споживачів шляхом поширення неправдивої інформації про споживчі властивості, характеристики товару 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.
- (129) Тобто, Відповідач може посилити свою конкурентну позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неправдивих відомостей про споживчі властивості, характеристики продукції.
- (130) Поширення Товариством неправдивої інформації може вплинути на наміри споживачів придбати Напої «Jack Talker», а конкуренти можуть втратити своїх споживачів, унаслідок чого Товариство може отримати переваги в конкуренції, реалізуючи Напої «Jack Talker».

5. ВИСНОВКИ КОМІТЕТУ ТА ПРАВОВА КВАЛІФІКАЦІЯ ДІЙ ВІДПОВІДАЧА

- (131) Відповідно до Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» недобросовісною конкуренцією є будь-які дії у конкуренції, що суперечать торговим та іншим чесним звичаям у господарській діяльності (стаття 1 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»). Недобросовісною конкуренцією є поширення інформації, що вводять в оману (стаття 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»).
- (132) Відповідно до статті 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» поширенням інформації, що вводять 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 намір цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, послуг цього суб'єкта господарювання.
- (133) Інформацією, що вводять в оману, є, зокрема, відомості, які: містять неповні, неточні або неправдиві дані про походження товару, виробника, продавця, спосіб виготовлення, джерела та спосіб придбання, реалізації, кількість, споживчі

властивості, якість, комплектність, придатність до застосування, стандарти, характеристики, особливості реалізації товарів, робіт, послуг, ціну і знижки на них, а також про істотні умови договору;

містять неповні, неточні або неправдиві дані про фінансовий стан чи господарську діяльність суб'єкта господарювання;

приписують повноваження та права, яких не мають, або відносини, в яких не перебувають;

містять посилання на обсяги виробництва, придбання, продажу чи поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, яких фактично не було на день поширення інформації.

- (134) У пункті 6.23 ДСТУ 3297-95, який установлює терміни та визначення основних понять у галузі лікєро-горілочної промисловості, зазначено, що віскі – лікєро-горілочний напій міцністю 45 %, що готується перегонкою збродженого солодкого суслу із зернової сировини (рису, кукурудзи, ячменю) з наступним тривалим витримуванням спирту-сирцю в дубових бочках, обвуглених зсередини.
- (135) Напій виробництва ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» містить у складі спирт етиловий ректифікований «Люкс», спирт плодовий, цукор білий, складові яких не передбачено при виробництві віскі, та не проходить довготривалу витримку в бочках.
- (136) Отже, Напої «Jack Talker» – це продукти, які відрізняються від віскі своїм складом та способом виготовлення.
- (137) Тобто, Напої «Jack Talker», які Відповідач виготовляє і реалізує, не можуть мати назву віскі («WHISKYE»).
- (138) Відповідно до частини першої 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.
- (139) Зважаючи на те, що Напої «Jack Talker», які виробляє та реалізує Відповідач, і віскі є різними продуктами за своїми споживчими властивостями, розміщення на етикетці цього напою напису «WHISKYE» (віскі) («UKRAINIAN WHISKYE») разом із зазначенням, що це є «напій алкогольний міцний», не може надати можливості споживачу достовірно та однозначно визначитись щодо споживчих властивостей, характеристик цього напою.
- (140) Назва та вид алкогольної продукції повинні бути зрозумілими для споживача, конкретно та точно характеризувати продукт, розкривати його походження, надавати можливість відрізнити певний вид алкогольної продукції від інших видів алкогольної продукції.
- (141) Потенційний покупець може ідентифікувати Напої «Jack Talker» як віскі, а не як напій алкогольний міцний, та придбати його, оскільки вартість Напоїв «Jack Talker» Відповідача в торговельних мережах нижча за вартість віскі інших учасників ринку алкогольної продукції.

- (142) Обираючи серед видів алкогольної продукції, споживачі сподіваються отримати таку продукцію, яка відповідає їх потребам, керуючись інформацією, заявленою виробником. Зокрема, споживачі обирають алкогольну продукцію виходячи зі смакових, поживних властивостей, які присутні в такому алкогольному напої, зокрема, як віскі.
- (143) Зважаючи на те, що Напої «Jack Talker» і віскі є різними продуктами за своїми споживчими властивостями, розміщення на етикетці Напоїв «Jack Talker» назви виду продукції – «WHISKYE» («UKRAINIAN WHISKYE») разом із одночасним зазначенням, що це є напої алкогольні міцні, позбавляє споживачів можливості визначитись щодо виду цієї продукції. Внаслідок цього споживач може придбати Напої «Jack Talker» замість віскі.
- (144) Отже, Відповідач шляхом розміщення на етикетках Напоїв «Jack Talker» написів «WHISKYE» («UKRAINIAN WHISKYE»), у той час як ці напої не відповідають властивостям, яким повинно відповідати віскі, поширює серед невизначеного кола осіб неправдиві відомості про споживчі властивості, характеристики своєї продукції, що може ввести в оману споживачів та вплинути на їх наміри щодо придбання продукції цього суб'єкта господарювання.
- (145) Тобто, ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» є відповідальним за розміщення на етикетках Напоїв «Jack Talker» написів «WHISKYE» («UKRAINIAN WHISKYE»).
- (146) Оскільки на етикетках Напоїв «Jack Talker» виробництва Відповідача одночасно зазначено «WHISKYE» («UKRAINIAN WHISKYE») та напій алкогольний міцний, враховуючи загальне композиційне оформлення етикетки, а також те, що в місцях реалізації цю продукцію розміщено поряд із віскі, причому ціна на віскі вища за ціну Напоїв «Jack Talker» виробництва Відповідача, то потенційний покупець може ідентифікувати зазначений продукт як віскі, а не як напій алкогольний міцний, та зацікавитися такою продукцією, вважаючи її віскі та придбати її, оскільки вартість продукції Відповідача в торговельній мережі нижча за вартість продукції Заявника та інших виробників віскі.
- (147) 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.
- (148) 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.
- (149) Отже, виробник несе відповідальність за розміщення достовірної, правдивої інформації на етикетці своєї продукції, зокрема, в частині розміщення на етикетці інформації щодо виду своєї продукції.

- (150) Розміщуючи на етикетці напоїв напис «WHISKYE», водночас зазначаючи маленьким шрифтом, що це напій алкогольний міцний (виготовлений за іншою технологією, ніж віскі), ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» поширює інформацію, що вводить в оману, шляхом повідомлення невизначеному колу осіб неправдивої інформації про споживчі властивості товару через спосіб її викладення.
- (151) Зважаючи на той факт, що на полицях магазинів Напої «Jack Talker» розміщено лицьовою стороною до споживачів, які бачать напис щодо позначення виду продукції – «WHISKYE» («UKRAINIAN WHISKYE») (віскі), виконаний великими літерами, це може привернути їхню увагу та спонукати до придбання цього продукту, зокрема, внаслідок нижчої ціни порівняно з алкогольними напоями, які є віскі, у той час як справжній вид продукту Відповідача не віскі, а напій алкогольний міцний. Унаслідок цього ТОВ «Сімферопольський вино-коньячний завод» може посилити свою конкурентну позицію та отримати неправомірні переваги в конкуренції не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неправдивих відомостей щодо виду своєї продукції.
- (152) Як свідчать матеріали справи, Відповідач, зазначивши на етикетках Напоїв «Jack Talker» вид продукції – віскі, поширює неправдиву інформацію щодо споживчих властивостей своєї продукції (її виду).
- (153) У своїх поясненнях щодо поширення Товариством на етикетках Напоїв «Jack Talker» позначення «UKRAINIAN WHISKYE» з видовою назвою напою, Товариство повідомило, що «UKRAINIAN WHISKYE» перекладається як «український віскі».
- (154) Споживчі властивості алкогольної продукції віскі відрізняються від споживчих властивостей іншої алкогольної продукції.
- (155) Обов'язковою умовою процесу виготовлення віскі є його довготривала витримка в бочках.
- (156) Заявником надана інформація, що його продукція (Віскі 1, Віскі 2 та Віскі 3) проходить довготривалу витримку в бочках і тому має назву віскі.
- (157) Заявник стверджує, що напої виробництва Відповідача не мають права називатися «WHISKYE», оскільки не проходять довготривалої витримки в бочках, та впевнений, що зазначеним написом Відповідач вводить в оману споживачів стосовно виду, якості продукції, що може надати Відповідачу неправомірних переваг у конкуренції, зокрема, порівняно із Заявником.
- (158) З інформації, отриманої від Товариства, не вбачається, що Напій 1, Напій 2 та Напій 3 проходять такий процес приготування, як витримка в бочках.
- (159) Сам Відповідач листом від 10.10.2016 № 490 повідомив Комітет, що відповідно до Технологічної інструкції на виробництво алкогольних напоїв міцних ТМ «Jack Talker Black Level», ТМ «Jack Talker Blue Level», «Jack Talker Red Level» не встановлено строку витримки, алкогольні напої міцні не витримуються.
- (160) Водночас, відповідно до Технологічної інструкції на виробництво алкогольних напоїв міцних ТМ «Jack Talker Black Level», ТМ «Jack Talker Blue Level», «Jack Talker Red Level», **(інформація з обмеженим доступом)**.

- (161) У своїх поясненнях щодо нанесення на етикетки Напоїв «Jack Talker» позначення «WHISKYE» Товариство листом від 10.10.2016 № 490 повідомило Комітет, що в Україні не існує нормативної бази щодо виробництва віскі «UKRAINIAN WHISKYE».
- (162) На думку Товариства, відповідно до законодавства України таких напоїв, як «віскі» та «UKRAINIAN WHISKYE» не існує, відповідно не існує вимог до їх виробництва та властивостей, яким ці напої повинні відповідати.

6. ВИЗНАЧЕННЯ РОЗМІРУ ШТРАФУ

- (163) Згідно зі статтею 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» органи Антимонопольного комітету України у справах про недобросовісну конкуренцію приймають обов'язкові для виконання рішення, зокрема, про визнання факту недобросовісної конкуренції, припинення недобросовісної конкуренції, накладання штрафів.
- (164) 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.
- (165) 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.
- (166) Державна фіскальна служба України листом від 17.05.2018 № 8569/5/99-99-12-03-06-16 (zareestrovaniy v Komiteti 18.05.2018 za № 7-01/5810) повідомила Комітет, що остання подана звітність ТОВ «Сімферопольський вино-кон'ячний завод» по прибутку – перше півріччя 2017 року із задекларованим доходом – 131 783 581 грн., звітність за 2017 рік не подавалась, визнано банкрутом.
- (167) Враховуючи викладене, керуючись статтею 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 21, 27 і 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) (зі змінами), Антимонопольний комітет України

ПОСТАНОВИВ:

1. Визнати дії товариства з обмеженою відповідальністю «Сімферопольський вино-кон'ячний завод» (вул. Маршала Малиновського, 14-А, м. Дніпро, Дніпропетровська область, 49000, код ЄДРПОУ 35112619) щодо розміщення на етикетці напоїв алкогольних міцних ТМ «Jack Talker», а саме: «Jack Talker Red Level», «Jack Talker Black Level», «Jack Talker Blue Level», написів «WHISKYE» («UKRAINIAN WHISKYE») (назви продукції), у той час як цей товар не є віскі, та поширення в такий спосіб неправдивих відомостей про споживчі властивості напою,

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 резолютивної частини цього рішення, накласти на товариство з обмеженою відповідальністю «Сімферопольський вино-коньячний завод» штраф у розмірі 445 699 (чотириста сорок п'ять тисяч шістсот дев'яносто дев'ять) грн.
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 резолютивної частини цього рішення порушенням, шляхом приведення інформації про вид продукції, розміщеної на етикетках алкогольних напоїв міцних «Jack Talker», а саме, напису «WHISKYE», у відповідність із властивостями цієї продукції.

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

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

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

Голова Комітету

Ю. ТЕРЕНТЬЄВ