



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РЕКОМЕНДАЦІЇ

Київ

19 грудня 2019 р.

№ 71-рк

Про вжиття заходів
для усунення наслідків
порушення

Розглянувши матеріали справи № 127-26.4/110-19 про порушення приватним акціонерним товариством «Одесавинпром» (далі – ПрАТ «Одесавинпром», Товариство, Відповідач) (м. Одеса, ідентифікаційний код юридичної особи 00412027) законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та подання про надання рекомендацій від 13.12.2019 № 127-26.4/110-19/559-спр, Антимонопольний комітет України (далі – Комітет)

ВСТАНОВИВ:

1. ПРЕДМЕТ СПРАВИ

- (1) Порушення, передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.
- (2) Порушення вчинено шляхом повідомлення на етикетках та контретикетках вин з позначеннями «GEORGIAN HISTORY» (далі – Напої 1), «AZNAURI» (далі – Напої 2) виробництва ПрАТ «Одесавинпром» інформації, що може ввести в оману споживачів щодо країни походження цих напоїв.

2. ВІДПОВІДАЧ

- (3) ПрАТ «Одесавинпром» є юридичною особою, яка діє на підставі Статуту.
- (4) Товариство здійснює господарську діяльність у формі приватного акціонерного товариства з 2011 року, за адресою: Французький бульвар, 10, м. Одеса, 65044, ідентифікаційний код юридичної особи 00412027.
- (5) Основним видом господарської діяльності ПрАТ «Одесавинпром» згідно з класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД), зокрема, є 11.02 Виробництво виноградних вин (основний).
- (6) ПрАТ «Одесавинпром», у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», є суб'єктом господарювання.

3. ПРОЦЕСУАЛЬНІ ДІЇ

- (7) Антимонопольним комітетом України (далі – Комітет) у ході здійснення контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції в торговельній мережі

України було виявлено реалізацію вина з позначеннями «GEORGIAN HISTORY», «AZNAURI».



- (8) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 04.10.2019 № 01/330-р розпочато розгляд справи № 127-26.4/110-19 за ознаками вчинення ПрАТ «Одесавинпром» порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.

4. ОБСТАВИНИ СПРАВИ

4.1. Обставини справи, встановлені внаслідок дослідження (аналізу) інформації, наданої Відповідачем

- (9) Товариство здійснює на території України виробництво вин ТМ «Французький Бульвар», Коньяків України ТМ «Французький Бульвар» тощо.
- (10) Відповідно до субліцензійного договору про надання дозволу на використання знаків для товарів та послуг на території України від 01.02.2016, укладеного між Товариством (Субліцензіат) та приватним малим підприємством «ЛОЦМЕН» (м. Краматорськ, Донецька обл. ідентифікаційний код юридичної особи 23419138) (Ліцензіат), та усіх додатків, що є його невід'ємною частиною, Субліцензіат бажає придбати на умовах цього договору невиключну субліцензію на використання знаків для товарів та послуг на території України.
- (11) Відповідно до цього договору Товариство має невиключне право на використання на території України таких знаків для товарів та послуг:

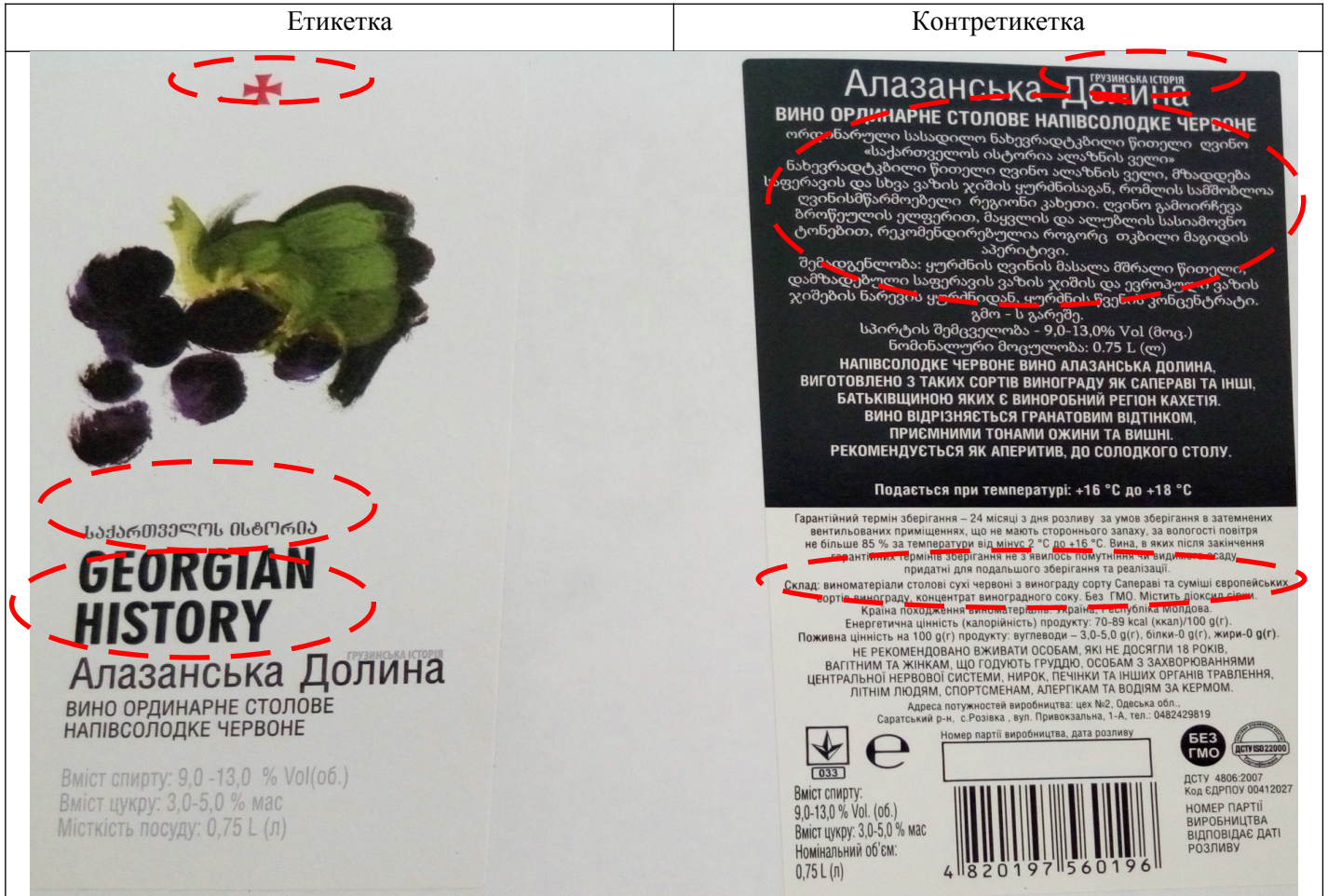
Свідоцтво на знак для товарів та послуг	Зображення
Від 10.12.2015 №206643	Азнаурі
Від 10.12.2015 №206644	Aznauri
Від 10.12.2015 №206642	Азнаури
Від 25.10.2016 №218303	Азнаурі - Грузинські традиції
Від 12.12.2016 №219991	აზნაური
Від 26.12.2016 №220799	

<p>Від 10.04.2017 №225160</p>	
<p>Від 12.06.2017 №227634</p>	
<p>Від 26.06.2017 №227943</p>	<p>Сапераві Азнаური</p>
<p>Від 26.06.2017 №227944</p>	<p>AZNAURI GEORGIAN WINE</p>
<p>Від 10.12.2015 №206643</p>	<p>Ркацителі Азнаური</p>

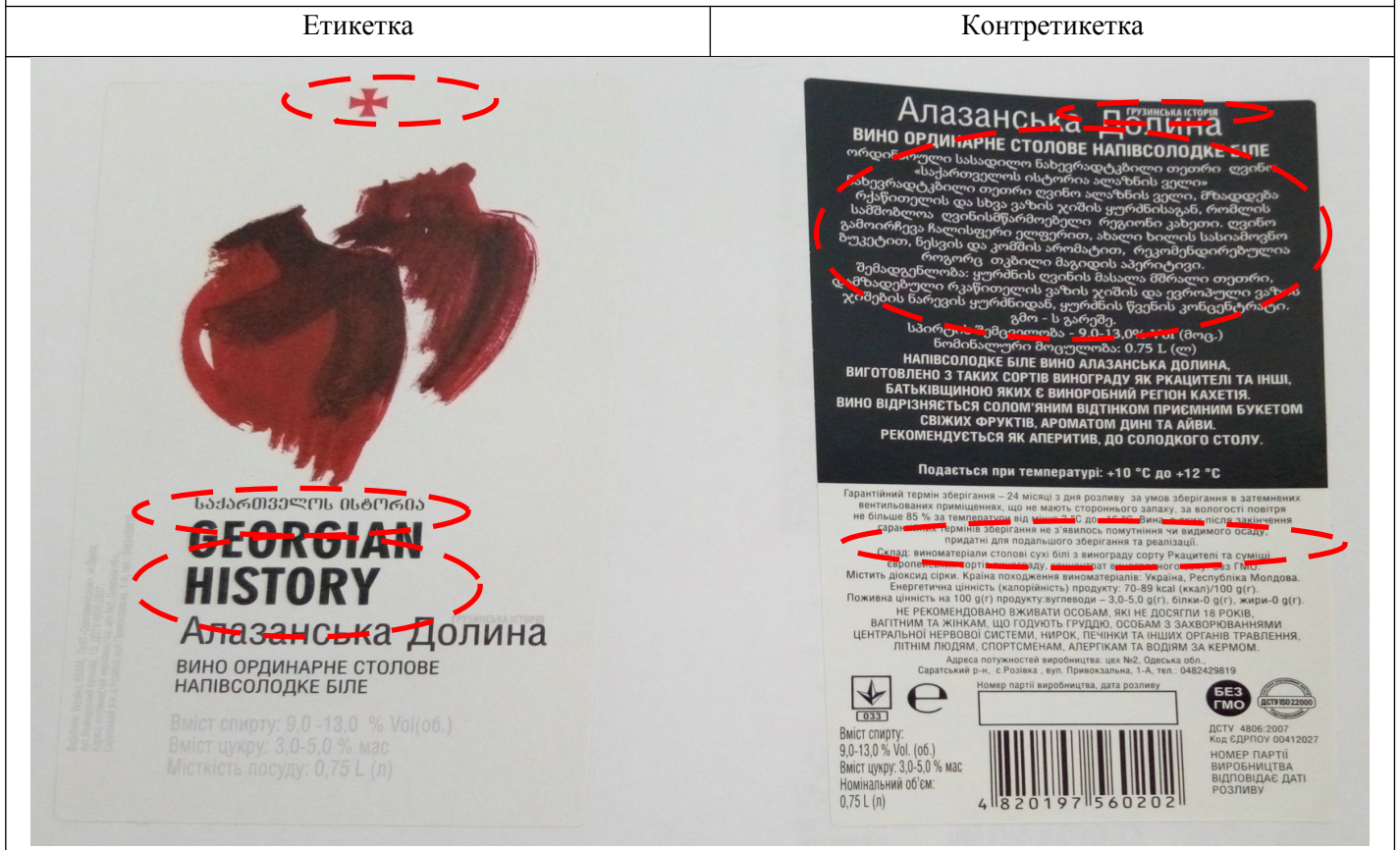
- (12) ПрАТ «Одесавинпром» здійснює виробництво Напоїв 1 та Напоїв 2, використовуючи при цьому оформлення етикеток, які в пересічного споживача можуть викликати асоціацію, що зазначені напої є винами, що мають відношення до Республіки Грузія.
- (13) Зовнішній вигляд етикеток та контретикеток Напоїв 1 являє собою таке:

Етикетка	Контретикетка
	

Фотокопія 1



Фотокопія 2



Фотокопія 3

Етикетка	Контретикетка
Фотокопія 4	

(14) Зовнішнє оформлення етикеток Напоїв 1 являє собою етикетку білого кольору, на якій розміщено такі елементи:

у верхній частині трьох етикеток та в нижній частині однієї етикетки розміщено

зображення червоного хреста , який схожий на елемент прапора Республіки Грузія;

нижче літерами грузинського алфавіту чорного кольору та латинськими літерами

розміщено напис ;

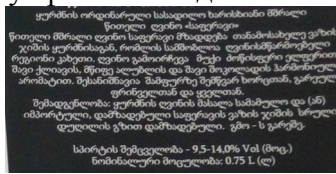
під ним на етикетках розміщено назви Напоїв 1 (Алазанська долина, Сапераві, Грузинська історія) тощо.

(15) Вказані позначення є домінуючими.

(16) Крім того, на боковій частині етикеток Напоїв 1 маленькими літерами сірого кольору, які на відстані від етикетки неможливо прочитати, наведено таку інформацію: Виробник: Україна, 65044, ПрАТ «Одесавинпром», м. Одеса, вул. Французький бульвар, 10, ДСТУ 4806:2007, Адреса потужностей виробництва: Цех №2, Одеська обл., Саратський р-н, с. Розівка, вул. Привокзальна, 1-А, тел. 0482429819.

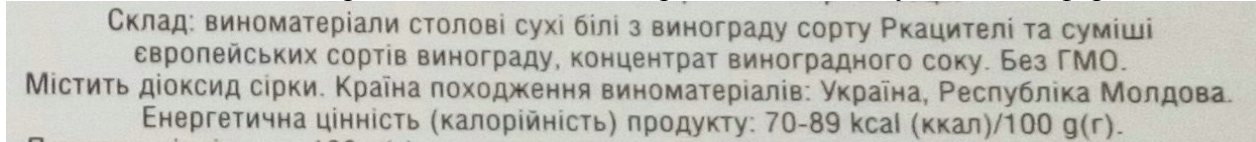
(17) Також на етикетках Напоїв 1 зазначено інформацію про вміст спирту та місткість пляшки.

(18) На контретикетках Напоїв 1 на чорному фоні наведено текст, виконаний білими

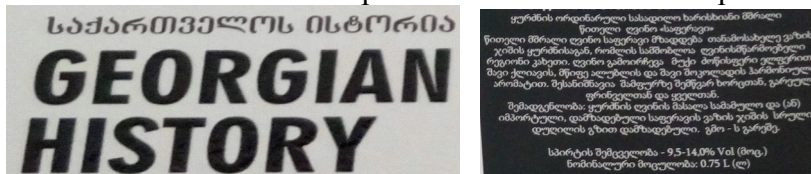


літерами грузинського алфавіту, зокрема

(19) Під ним розміщено, зокрема, таку інформацію:





(20) На етикетках та контретикетках Напоїв 1 розміщено позначення



які є домінуючими, у той час як інформацію про виробника та країну походження зазначено маленьким шрифтом, який неможливо прочитати.



(21) Сукупність текстової та графічної інформації, розміщеної таким чином на лицьовій поверхні етикеток та контретикеток Напоїв 1, може скласти у споживача уявлення про те, що зазначена продукція має відношення до Республіки Грузія.

(22) Позначення   , які містяться на етикетках Напоїв 1, виконано великими літерами, які легко прочитати, в той час як інформацію про виробника, яку розміщено на боковій частині етикеток та в нижній частині контретикеток Напоїв 1, виконано маленькими літерами, ці написи можна побачити лише з близької відстані від Напоїв 1, якщо ретельно роздивитись пляшку.

(23) Отже, інформацію про виробника можна побачити лише з близької відстані від Напою 1 при уважному вивченні.

(24) Тобто, на етиках Напоїв 1 зазначено суперечливу інформацію щодо їх походження.



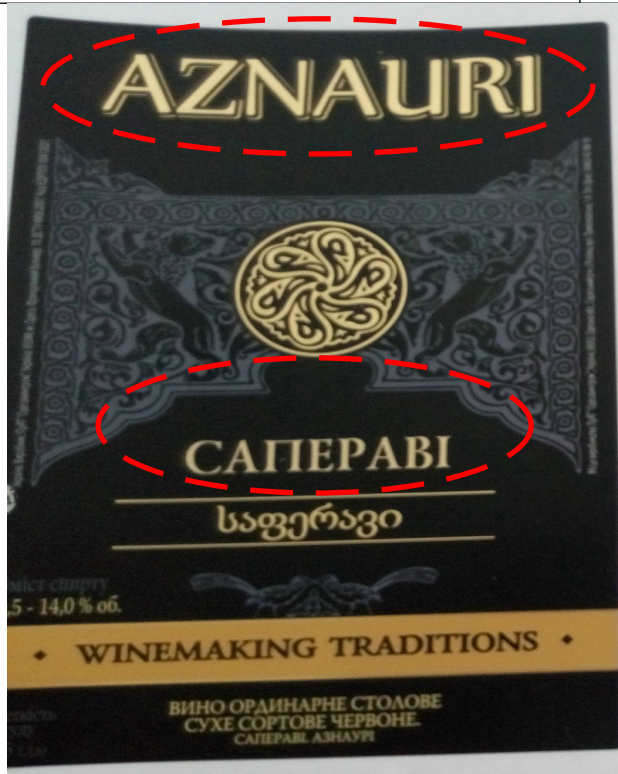
(25) Такі позначення на етикетках, як   , можуть скласти у споживачів уявлення про те, що Напої 1 мають відношення до Республіки Грузія, та вплинути на наміри споживачів щодо їх придбання.

(26) Крім того, на контретикетці Напоїв 1 зазначено, що країнами походження виноматеріалу є Україна та Молдова.

- (27) Тобто, Товариство розміщує суперечливу інформацію про походження продукції, що може надати ПрАТ «Одесавинпром» неправомірних переваг у конкуренції на ринку алкогольних напоїв.
- (28) Крім того, за наявною в Комітеті інформацією, ПрАТ «Одесавинпром» здійснює виробництво Напоїв 2.
- (29) Листом від 07.03.2018 № 07/03 (вх. Комітету № 8-127/224-кі від 13.03.2018) Товариство повідомило Комітет, що початком виробництва Напоїв 2 є 05.03.2016 - вина ординарного сухого сортового червоного «Сапераві. Азнаурі», 05.03.2016 - вина ординарного столового сухого сортового білого «Ркацителі. Азнаурі», 03.03.2016 - вина ординарного столового напівсолодкого червоного «Алазанська долина. Азнаурі», 02.03.2016 - вина ординарного столового напівсолодкого білого «Алазанська долина. Азнаурі», 04.03.2016 - вина ординарного столового напівсолодкого червоного «Піросмані. Азнаурі» тощо.
- (30) Зовнішній вигляд етикеток та контретикеток Напоїв 2 являє собою таке:

Етикетка	Контретикетка
	
<p>Фотокопія 5</p>	

Етикетка

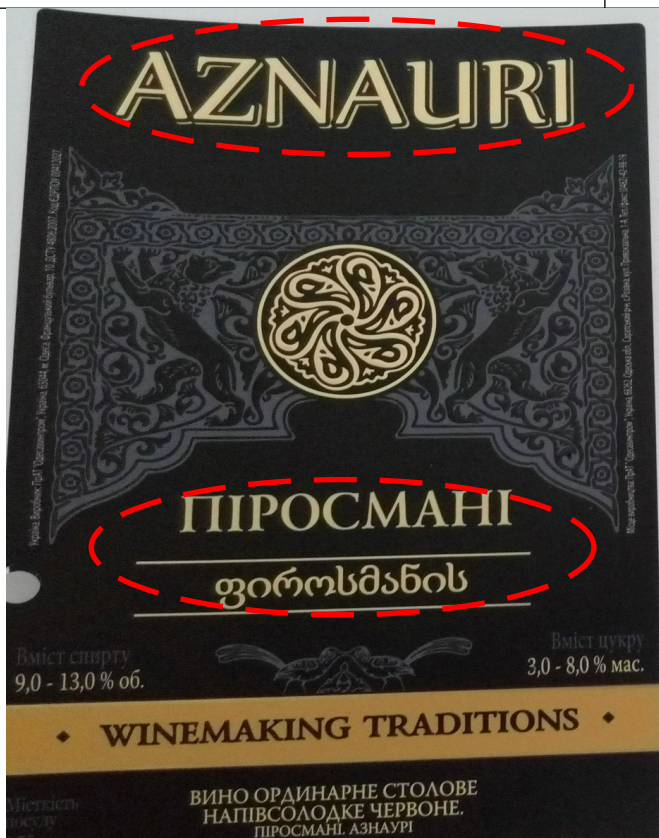


Контретикетка



Фотокопія 6

Етикетка



Контретикетка



Фотокопія 7



- (31) Зовнішнє оформлення етикеток Напоїв 2 являє собою етикетку жовтого кольору (на білому вині) та етикетки чорного кольору (на червоному вині), на яких розміщено такі елементи:

у верхній частині етикеток Напоїв 2 розміщено позначення

AZNAURI

нижче розміщено назву вина, під якою містяться написи грузинськими літерами

**АЛАЗАНСЬКА
ДОЛИНА**
საფხვის ველი


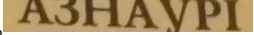
САПЕРАВІ
საფერავი

ПІРОСМАНІ
ფირსმანის

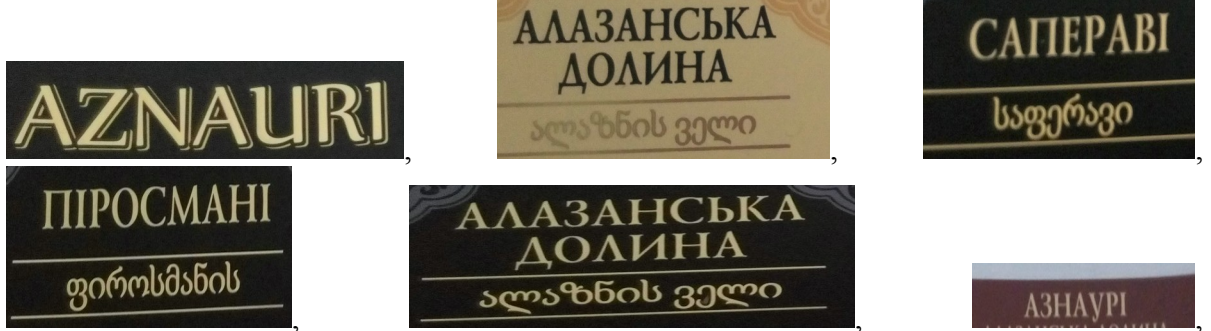
золотого кольору


**АЛАЗАНСЬКА
ДОЛИНА**
საფხვის ველი

- (32) Вказані позначення є домінуючими.
- (33) Крім того, на бокових частинах етикеток Напоїв 2 маленькими літерами сірого та чорного кольору, які на відстані від етикетки неможливо прочитати, наведено таку інформацію: Виробник: Україна, 65044, ПРАТ «Одесавинпром», м. Одеса, вул. Французький бульвар, 10, ДСТУ 4806:2007, ЄДРПОУ 000412027. Місце виробництва: Одеська обл., Саратський р-н, с. Розівка, вул. Привокзальна, 1-А, тел. 0482429819.
- (34) Також на етикетках Напоїв 2 зазначено інформацію про вміст спирту, місткість пляшки тощо.

(35) На контретикетках Напоїв 2 розміщено позначення  ,  тощо.

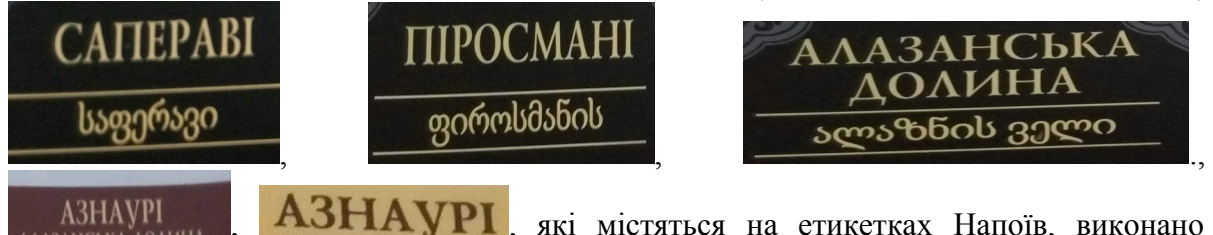
(36) Отже, на етикетках та контретикетках Напоїв 2 розміщено позначення

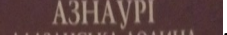



 , які є домінуючими, у той час як інформацію про те, що зазначені напої вироблено на території України, розміщено маленьким шрифтом, який неможливо прочитати.

(37) Сукупність текстової та графічної інформації, розміщеної таким чином на лицьовій поверхні етикеток та контретикеток Напоїв 2, може створити у споживача уявлення про те, що зазначена продукція має відношення до Республіки Грузія.

(38) Позначення





 ,  , які містяться на етикетках Напоїв, виконано великими літерами, які легко прочитати, у той час як інформацію про те, що Напої виготовлено на території України, та інформацію про виробника, яку розміщено на боковій частині етикеток та в нижній частині контретикеток Напоїв 2, виконано маленькими літерами, ці написи можна побачити лише з близької відстані від Напоїв 2, якщо ретельно роздивитись пляшку.

(39) Тобто, на етиках Напоїв 2 зазначено суперечливу інформацію щодо їх походження.

(40) Позначення на етикетках



 ,  можуть скласти у споживачів уявлення про те, що Напої 2 мають відношення до Республіки Грузія, що може вплинути на наміри споживачів щодо їх придбання.

(41) Крім того, за інформацією з відкритих джерел, Азнаурі — назва [грузинської](#) шляхти, відома з V сторіччя. Розрізнялися спадкові та служилі азнаурі, також розподілялися




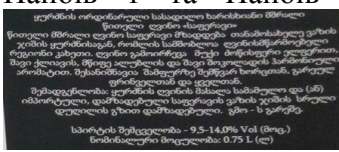
сюзереном на царських, князівських та церковних. В обмін на земельні володіння вони мали нести обов'язкову військову повинність.

- (42) Також Алазанська долина (Алазань-Агричайська рівнина, Алазань-Авторанська рівнина) — район в [Грузії](#) та [Азербайджані](#) вздовж південного підніжжя [Великого Кавказу](#), по річках [Алазані](#) та Агричай.
- (43) Тобто, Товариство розміщує суперечливу інформацію про походження продукції, що може надати ПрАТ «Одесавинпром» неправомірних переваг у конкуренції на ринку алкогольних напоїв.
- (44) Крім того, за наявною в Комітеті інформацією, до складу вина виробництва ПрАТ «Одесавинпром» не входять виноматеріали, які мають походження з Республіки Грузія.
- (45) Відповідно до договору поставки № ВЛ/ВУ-10/09 від 10.09.2015, укладеного між Товариством (Покупець) та приватним акціонерним товариством «Харчовик» (Постачальник), Покупець придбає у Постачальника виноматеріал столовий білий сортовий «Шардоне».
- (46) Відповідно до договору поставки № ВУ крИм/Лоцм-11/01 від, 11.01.2016, укладеного між Товариством (Покупець) та приватним акціонерним товариством «Харчовик» (Постачальник), Покупець придбає у Постачальника виноматеріали.
- (47) Відповідно до договору поставки № ВМ/Лоцм 22/09 від 22.09.2016, укладеного між Товариством (Покупець) та товариством з обмеженою відповідальністю «ПТК Шабо» (Постачальник), Покупець придбає у Постачальника виноматеріали
- (48) Тобто, Товариство розміщує неточну інформацію про походження продукції, що може надати ПрАТ «Одесавинпром» неправомірних переваг у конкуренції на ринку алкогольних напоїв.
- (49) Зазначені Напої виробляються за Державним стандартом України 4806:2007 «Вина. Загальні технічні умови» (далі – ДСТУ 4806:2007).
- (50) Відповідно до пункту 4.2 ДСТУ 4806:2007 вина столові сухі є завжди натуральними. Вина столові напівсухі і напівсолодкі можуть бути натуральними або купажованими з концентратами виноградного соку чи з консервованим суслом.
- (51) Згідно з пунктом 4.3 ДСТУ 4806:2007 вина поділяють на сортові і купажовані. Вина, виготовлені з винограду одного сорту (не менше ніж 85 %), є сортовими. Вина, в яких частка добавленого (до основного) сорту становить більше ніж 15 %, належать до купажованих.
- (52) Відповідно до пункту 3.1 ДСТУ 4806:2007 купажовані вина – вина, виготовлені шляхом змішування різних виноматеріалів (за сортом винограду, районом вирощування, роком урожаю, типом, якістю) або з компонентами, встановленими технологічними інструкціями для надання вину типовості, забезпечення покращення його органолептичних властивостей, забезпечення випуску однорідних за своїми органолептичними та фізико-хімічними показниками вин.
- (53) Крім того, листом від 07.03.2018 № 07/03 (вх. Комітету № 8-127/224-кі від 13.03.2018) Товариство зазначило, що до складу Напою 2 входять виноматеріали українського походження.

- (54) На контретикетці Напоїв 1 зазначено, що країнами походження виноматеріалу є Україна та Молдова.
- (55) Отже, до складу Напою 1 та Напою 2 виробництва ПрАТ «Одесавинпром» виноматеріали грузинського походження не входять.
- (56) Відповідно до пункту 12 статті 1 Закону України «Про виноград та виноградне вино» вино - алкогольний напій, вироблений з винограду, міцність якого набувається внаслідок спиртового бродіння роздушених ягід або свіжовіджатого соку, а в разі виготовлення вин кріплених - підвищується шляхом додавання спирту етилового, ректифікованого та/або спирту етилового ректифікованого виноградного, та/або дистилляту виноградного спиртового. Міцність вин може становити від 9 до 20 відсотків об'ємних. Органолептичні якості вина повинні відповідати природному складу винограду або відтворювати особливості, набуті внаслідок купажування чи спеціальної технологічної обробки виноматеріалів.
- (57) Відповідно до частини десятої статті 5 Закону України «Про виноград та виноградне вино» забороняється видавати за іноземні українські вина, коньяки України і суміші (купажі) з іноземними винами (виноматеріалами, коньяками, коньячними спиртами).

(58) Позначення  ,  ,  ,  ,  ,  ,  ,  ,  ,  (Напої 2), які розміщені на етикетках Напоїв обраним способом, можуть скласти у споживача уявлення про те, що зазначена алкогольна продукція має відношення до Республіки Грузія.

(59) Повідомлення невизначеному колу осіб неточних відомостей про походження Напоїв 1 та Напоїв 2 через розміщення на їх етикетках та контретикетках інформації таким способом може вплинути на наміри споживачів щодо придбання цього товару.

(60) Отже, ПрАТ «Одесавинпром» шляхом розміщення на етикетках / контретикетках  ,  ,  (Напої 1) та  (Напої 2) позначень



(Напої 2), у той час як зазначені Напої виготовлені на території України та до їх складу не входять виноматеріали грузинського походження, поширює невизначеному колу осіб неточні відомості про походження продукції, що може ввести в оману споживачів та вплинути на їх наміри щодо придбання продукції цього суб'єкта господарювання.

- (61) За наявною в Комітеті інформацією, Напої виробництва ПрАТ «Одесавинпром» реалізуються по всій території України.
- (62) Товариство розливає Напої у пляшки об'ємом 0,7 л.
- (63) За наявною в Комітеті інформацією, середня ціна Напоїв 1 – 71 грн, а Напоїв 2 – 65 грн.

4.2. Обставини справи, встановлені за результатами дослідження діяльності інших суб'єктів господарювання, що здійснюють господарську діяльність на ринку виробництва та реалізації вина

- (64) Ринок виробництва та реалізації вина в Україні, на якому діє Товариство, є конкурентним. Зокрема, серед основних виробників, вина яких реалізуються в Україні, є: ТОВ «Промислово - Торговельна Компанія Шабо» (середня ціна – 55 грн), ТОВ «Інкерман Україна» (середня ціна – 88 грн), ТОВ «Одеський завод класичних вин» (середня ціна – 100 грн).
- (65) Крім того, на ринку України широко представлені вина виробництва Республіки Грузія, зокрема, таких виробників: ТОВ «Бадагоні» (Республіка Грузія) (середня ціна – 155 грн), АТ «Теліані Велі» (Республіка Грузія) (середня ціна – 180 грн), ТОВ «Виноробна компанія Шумі» (Республіка Грузія) (середня ціна – 190 грн) тощо.
- (66) Отже, стимулювання зацікавленості споживачів шляхом поширення неточної інформації про країну походження товару може надати неправомірних переваг на ринку та поставити ПрАТ «Одесавинпром» у більш вигідне становище порівняно з іншими суб'єктами господарювання, які діють на відповідному ринку.
- (67) Тобто, ПрАТ «Одесавинпром» може посилити свою конкурентну позицію не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неточних відомостей про країну походження продукції.
- (68) Отже, поширення ПрАТ «Одесавинпром» інформації, що вводить в оману, може вплинути на наміри споживачів щодо придбання вина виробництва саме Товариства, завдяки чому конкуренти можуть втратити своїх введених в оману потенційних споживачів, а ПрАТ «Одесавинпром», у свою чергу, отримати переваги у конкуренції при реалізації товару.

5. ЗАКОНОДАВСТВО, ЯКЕ РЕГУЛЮЄ ЗАЗНАЧЕНЕ ПИТАННЯ

- (69) Виробництво вина на території України регулюється Державним стандартом України 4806:2007 «Вина. Загальні технічні умови» (далі – ДСТУ 4806:2007).

- (70) Відповідно до пункту 4.2 ДСТУ 4806:2007 вина столові сухі є завжди натуральними. Вина столові напівсухі і напівсолодкі можуть бути натуральними або купажованими з концентратами виноградного соку чи з консервованим суслом.
- (71) Згідно з пунктом 4.3 ДСТУ 4806:2007 вина поділяють на сортові і купажовані. Вина, виготовлені з винограду одного сорту (не менше ніж 85 %), є сортовими. Вина, в яких частка добавленого (до основного) сорту становить більше ніж 15 %, належать до купажованих.
- (72) Відповідно до пункту 3.1 ДСТУ 4806:2007 купажовані вина – вина, виготовлені шляхом змішування різних виноматеріалів (за сортом винограду, районом вирощування, роком урожаю, типом, якістю) або з компонентами, встановленими технологічними інструкціями для надання вину типовості, забезпечення покращення його органолептичних властивостей, забезпечення випуску однорідних за своїми органолептичними та фізико-хімічними показниками вин.
- (73) Відповідно до частини першої статті 11 Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового кон'ячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» маркування алкогольних напоїв, які реалізуються в Україні, здійснюється таким чином, 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.
- (74) Згідно з абзацом другим частини четвертої статті 11 вищезазначеного 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.
- (75) Отже, виробник відповідає за розміщення достовірної та правдивої інформації на етикетці його продукції, зокрема, за розміщення на етикетці інформації про вид його продукції.
- (76) Крім того, відповідно до пункту 12 статті 1 Закону України «Про виноград та виноградне вино» вино - алкогольний напій, вироблений з винограду, міцність якого набувається внаслідок спиртового бродіння роздушених ягід або свіжовіджатого соку, а в разі виготовлення вин кріплених - підвищується шляхом додавання спирту етилового, ректифікованого та/або спирту етилового ректифікованого виноградного, та/або дистиляту виноградного спиртового. Міцність вин може становити від 9 до 20 відсотків об'ємних. Органолептичні якості вина повинні відповідати природному складу винограду або відтворювати особливості, набуті внаслідок купажування чи спеціальної технологічної обробки виноматеріалів.
- (77) Відповідно до частини десятої статті 5 Закону України «Про виноград та виноградне вино» забороняється видавати за іноземні українські вина, кон'яки України і суміші (купажі) з іноземними винами (виноматеріалами, кон'яками, кон'ячними спиртами).
- (78) Назва та вид продукції повинні бути зрозумілими для споживача, конкретно та точно характеризувати продукт, розкривати його походження, надавати можливість відрізнити певний вид продукції від інших видів продукції.

(79) Розміщення на етикетках / контретикетках Напоїв виробництва



скласти у споживачів уявлення про те, що ці Напої мають відношення до Республіки Грузія, що може вплинути на наміри споживачів їх придбати.

6. ВИСНОВКИ У СПРАВІ ТА КВАЛІФІКАЦІЯ ДІЙ ВІДПОВІДАЧА

- (80) Згідно зі статтею 3 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» основним завданням Комітету є участь у формуванні та реалізації конкурентної політики, зокрема, в частині здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції.
- (81) Відповідно до частини першої статті 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» у сфері здійснення контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції Комітет має повноваження розглядати заяви і справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції та проводити розслідування за цими заявами і справами; при розгляді заяв і справ про порушення законодавства про захист економічної конкуренції, проведенні перевірки та в інших передбачених законом випадках вимагати від суб'єктів господарювання, об'єднань, органів влади, органів місцевого самоврядування, органів адміністративно-господарського управління та контролю, їх посадових осіб і працівників, інших фізичних та юридичних осіб інформацію, в тому числі з обмеженим доступом.
- (82) 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 намір цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, послуг цього суб'єкта господарювання.
- (83) Інформацією, що вводить в оману, є, зокрема, відомості, які:
 - містять неповні, неточні або неправдиві дані про походження товару, виробника, продавця, спосіб виготовлення, джерела та спосіб придбання, реалізації, кількість, споживчі властивості, якість, комплектність, придатність до застосування, стандарти, характеристики, особливості реалізації товарів, робіт, послуг, ціну і знижки на них, а також про істотні умови договору;
 - містять неповні, неточні або неправдиві дані про фінансовий стан чи господарську діяльність суб'єкта господарювання;

- приписують повноваження та права, яких не мають, або відносини, в яких не перебувають;
 - містять посилення на обсяги виробництва, придбання, продажу чи поставки товарів, виконання робіт, надання послуг, яких фактично не було на день поширення інформації.
- (84) Дії ПрАТ «Одесавинпром», які полягали у доведенні до споживачів інформації про походження Напоїв, містять ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення суб'єктом господарювання невизначеному колу осіб неточних відомостей щодо походження товару, що може вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання.
- (85) Повідомлення невизначеному колу осіб неточних відомостей про походження Напоїв через розміщення на етикетці цієї продукції інформації таким способом, може вплинути на наміри споживачів щодо придбання продукції та на набуття ПрАТ «Одесавинпром» більш вигідного становища порівняно з іншими суб'єктами господарювання, які діють на відповідному ринку.
- (86) Отже, ПрАТ «Одесавинпром» може посилити конкурентну позицію та отримати неправомірні переваги в конкуренції не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неточних відомостей щодо походження зазначеної продукції.
- (87) Водночас у Комітеті відсутня інформація, яка б свідчила, що дії ПрАТ «Одесавинпром» призвели до суттєвого обмеження чи спотворення конкуренції.
- (88) Відповідно до частини першої статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції» органи Антимонопольного комітету України мають право надавати рекомендації органам влади, органам місцевого самоврядування, органам адміністративно-господарського управління та контролю, суб'єктам господарювання, об'єднанням стосовно припинення дій, які містять ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції, усунення причин виникнення цих порушень і умов, що їм сприяють, а у разі, якщо порушення припинено, - щодо вжиття заходів для усунення наслідків цих порушень.

Враховуючи наведене, з метою припинення дій, що мають ознаки порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, керуючись статтею 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції» та статтею 27 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», Антимонопольний комітет України надає приватному акціонерному товариству «Одесавинпром» (м. Одеса, ідентифікаційний код юридичної особи 00412027) такі

РЕКОМЕНДАЦІЇ:

Ужити заходів щодо недопущення поширення на етикетках та контретикетках вина з позначеннями «GEORGIAN HISTORY», «AZNAURI» виробництва приватного акціонерного товариства «Одесавинпром» (м. Одеса, ідентифікаційний код юридичної особи 00412027) позначень, які можуть свідчити та бути сприйнятими як інформація про походження цього напою.

Відповідно до частини другої статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції» рекомендації органів Антимонопольного комітету України підлягають обов'язковому розгляду органами чи особам, яким вони надані.

Про результати розгляду цих рекомендацій повідомити Антимонопольний комітет України у десятиденний строк з дня їх отримання.

Відповідно до частини третьої статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції», за умови виконання положень рекомендацій у разі, якщо порушення не призвело до суттєвого обмеження чи спотворення конкуренції, не завдало значних збитків окремим особам чи суспільству та вжито відповідних заходів для усунення наслідків порушення, розпочате провадження у справі про порушення законодавства про захист економічної конкуренції закривається.

Голова Комітету

Ю. ТЕРЕНТЬЄВ