



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

05 серпня 2021 р.

Київ

№ 453-р

Про порушення законодавства
про захист від недобросовісної
конкуренції та накладення штрафу

За результатами розгляду Антимонопольним комітетом України справи № 127-26.4/77-20 дії товариства з обмеженою відповідальністю «Аквафрост» визнано недобросовісною конкуренцією у вигляді поширення в рекламі харчового продукту власного виробництва, зокрема паштету рибного з креветками «SHRIMPS», паштету рибного з лососем «SALMON», паштету рибного з морепродуктами «SEAFOOD», інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення невизначеному колу осіб неправдивих відомостей, зокрема щодо країни походження продукції, що може вплинути на наміри невизначеного кола осіб щодо придбання цього продукту, що є порушенням статті 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».

На порушника накладено штраф у розмірі 70 746 (сімдесят тисяч сімсот сорок шість) гривень.

Антимонопольний комітет України, розглянувши матеріали справи № 127-26.4/77-20 про порушення товариством з обмеженою відповідальністю «Аквафрост» (далі – ТОВ «Аквафрост», Товариство, Відповідач) (ідентифікаційний код юридичної особи 33798852) законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та подання Управління розслідувань недобросовісної конкуренції про попередні висновки у справі від 12.05.2021 № 127-26.4/77-20/225-спр,

ВСТАНОВИВ:

1. ПРЕДМЕТ

(1) Антимонопольний комітет України (далі – Комітет) проводить дослідження щодо дотримання законодавства про захист від недобросовісної конкуренції у вигляді поширення інформації, що вводить в оману, під час рекламування, виробництва та реалізації паштетів рибних виробництва ТОВ «Аквафрост», з використанням описових матеріалів, що пов'язують цю продукцію з Французькою Республікою та французькими традиціями (далі – Продукція).

2. ВІДПОВІДАЧ

(2) Відповідачем є ТОВ «Аквафрост».

- (3) Товариство відповідно до Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань зареєстровано 18.10.2005, ідентифікаційний код юридичної особи 33798852. Місцезнаходження юридичної особи: 68000, Одеська обл., м. Чорноморськ, с. Бурлача Балка, вул. Центральна, буд. 1-Е.
- (4) Основним видом господарської діяльності Товариства згідно з класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД), зокрема, є 10.20. Перероблення та консервування риби, ракоподібних і моллюсків.
- (5) Отже, Товариство, у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», є суб'єктом господарювання.

3. ПРОЦЕСУАЛЬНІ ДІЇ

- (6) Дорученням Голови Комітету від 29.05.2020 № 13-01/478 Управління розслідувань недобросовісної конкуренції уповноважене провести дослідження щодо наявності / відсутності в діях товариства з обмеженою відповідальністю «Аквафрост» ознак порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції під час рекламування, виробництва та реалізації паштетів рибних в асортименті.
- (7) Товариству надіслано вимогу про надання інформації від 10.06.2020 № 127-26/05-8320 (далі – Вимога), відповідь на яку отримано листом від 12.07.2020 № 28-11 (вх. Комітету № 8-05/9042 від 13.07.2020) (далі – Лист).
- (8) Листом № 127-26/05-11821 від 28.08.2020 Товариству надіслано розпорядження державного уповноваженого Комітету від 27.08.2020 № 09/243-р про початок розгляду справи № 127-26.4/77-20.
- (9) Дорученням Голови Комітету від 13.10.2020 № 13-01/1029 Південному, Північному, Східному, Західному, Південно-східному та Південно-західному міжобласним територіальним відділенням Комітету доручено провести анкетування споживачів паштетів рибних біля продуктивних торговельних мереж щодо можливості введення їх в оману під час рекламування, виробництва та реалізації паштетів рибних.
- (10) Товариство листом № 32-53/12/20 від 11.12.2020 (вх. Комітету № 8-05/16691 від 15.12.2020) надало пояснення до розпорядження про початок розгляду справи № 127-26.4/77-20 (далі – Пояснення до розпорядження про початок розгляду справи № 127-26.4/77-20).
- (11) Подання про попередні висновки у справі від 27.08.2020 № 127-26.4/77-20/225-спр надіслано Товариству листом № 127-26/05-7250 від 12.05.2021.
- (12) Товариство листом № 49-28 від 02.06.2021 (вх. Комітету № 8-01/7800 від 07.06.2021) надало заперечення на подання про попередні висновки у справі № 127-26.4/77-20.

4. ОБСТАВИНИ СПРАВИ, ВСТАНОВЛЕНІ ПІД ЧАС АНАЛІЗУ ОФОРМЛЕННЯ УПАКОВКИ ПРОДУКЦІЇ, ЇЇ РЕКЛАМУВАННЯ

- (13) У ході здійснення державного контролю за дотриманням суб'єктами господарювання законодавства про захист економічної конкуренції на ринку реалізації харчових продуктів Комітетом виявлено продукцію: паштет рибний пастеризований «MerSea» в асортименті.

- (14) Під час рекламування паштету рибного пастеризованого «MerSea» на телеканалах загальнодержавного рівня, зокрема на телеканалі 1+1, використовуються описові матеріали, що пов'язують Продукцію з Французькою Республікою та французькими традиціями, зокрема вираз «КОЛЕКЦІЯ ФРАНЦУЗЬКИХ ПАШТЕТІВ».
- (15) Відповідно до інформації, розміщеної на упаковці, виробником паштетів є ТОВ «Аквафрост», яке виробляє Продукцію за адресою: 68000, Одеська обл., м. Чорноморськ, с. Бурлача Балка, вул. Центральна, буд. 1-Е.
- (16) На Вимогу Товариство Листом надало запитувану інформацію, за результатами аналізу якої встановлено таке.
- (17) ТОВ «Аквафрост» самостійно виготовляє продукцію, зокрема паштет рибний з креветками «SHRIMPS» (далі – Паштет 1), паштет рибний з лососем «SALMON» (далі – Паштет 2), паштет рибний з морепродуктами «SEAFOOD» (далі – Паштет 3), паштет рибний пастеризований «KING FISH» (далі – Паштет 4).
- (18) Товариство виробляє Продукцію з березня 2019 року та реалізує її на всій території України, зокрема, через великі торговельні мережі.
- (19) Товариство надало зразки упаковки (етикетки) Продукції, яка має такий зовнішній вигляд залежно від виду паштету:



Упаковка
Паштету 1

Упаковка
Паштету 2

Упаковка
Паштету 3

Упаковка
Паштету 4

Фотокопія 1

- (20) Упаковки Продукції виконані із цупкого картону, мають прямокутну форму, складаються в квадрат та одягаються на банку Продукції. На упаковках містяться зображення, зокрема, креветок, лосося, інших морепродуктів та риби відповідно до смаку паштету, а також написи: «Паштет», «рибний», «пастеризований», «MerSea». Крім того, на упаковках зазначено склад, енергетичну цінність, строк придатності, виробника та адресу потужностей.

- (21) Водночас внутрішня сторона упаковки Продукції має такий вигляд:



Фотокопія 2

- (22) Внутрішня сторона упаковки Продукції містить напис «MerSea», а також зображення старовинного кварталу міста та Ейфелевої вежі міста Париж, столиці Французької Республіки, та напрямую асоціюється з Французькою Республікою.
- (23) Відповідно до Листа розробником та виробником упаковок є Товариство. Також Товариство відповідальне за розміщену на упаковці інформацію та позначення.
- (24) Крім того, встановлено, що на телебаченні, зокрема на телевізійному каналі 1+1, транслювалися відеоматеріали (далі – Реклама) (див. табл. 1 – 3), в яких Продукція пов'язувалася з французькими традиціями та Французькою Республікою, зокрема, через:
- вираз «КОЛЕКЦІЯ ФРАНЦУЗЬКИХ ПАШТЕТІВ»;
 - наявність традиційної французької випічки (багета) у кадрі відеоролика;
 - демонстрацію споживачу переваг французького паштету над іншими паштетами (вираз «ЯКЩО НАМАЗАТИ ФРАНЦУЗЬКУ ВИПІЧКУ ЗВИЧАЙНИМ ПАШТЕТОМ, ЙЇ ЦЕ МОЖЕ НЕ СПОДОБАТИСЬ»);
 - наявність виразу «ВАША ЇЖА СКАЖЕ ВАМ МЕРСІ»;
 - музичний супровід відеоматеріалу, характерний для французьких музичних творів.

Таблиця 1

<p><i>(інформація з обмеженим доступом)</i></p> <p>Розкадровка Реклами про переваги французького паштету над іншими паштетами</p>
--

Таблиця 2

<p><i>(інформація з обмеженим доступом)</i></p> <p>Розкадровка Реклами, вираз «КОЛЕКЦІЯ ФРАНЦУЗЬКИХ ПАШТЕТІВ»</p>
--

Таблиця 3

<p><i>(інформація з обмеженим доступом)</i></p> <p>Розкадровка Реклами, останній кадр</p>
--

- (25) Водночас Продукція має специфічну назву – «MerSea» (в усній формі «Мерсі»), у свою чергу, співзвучну зі словом «MERCİ», яке з французької мови перекладається як «Дякую».
- (26) Тобто, вираз «ВАША ЇЖА СКАЖЕ ВАМ МЕРСІ» у рекламуванні Продукції повинен сприйматися як «ВАША ЇЖА СКАЖЕ ВАМ ДЯКУЮ».
- (27) До того ж, оформлення упаковки Продукції містить назву «MerSea», що сприймається споживачем як французьке слово «MERCİ», а також на внутрішній стороні упаковки міститься зображення Ейфелевої вежі, яка знаходиться в Парижі, столиці Французької Республіки.
- (28) Крім того, Реклама має відповідний музичний супровід, в якому використано музичні твори, зокрема *(інформація з обмеженим доступом)*, а також є згадування про французьку випічку, що підтверджується музичною довідкою до рекламного ролика, наданою Товариством:

<p><i>(інформація з обмеженим доступом)</i></p>

Фотокопія 3

- (29) Отже, застосовані в Рекламі вирази, прийоми, музичний супровід, у сукупності з назвою Продукції, оформленням упаковки, призводять до сприймання споживачем Продукції як такої, що має зв'язок із Французькою Республікою, французьким походженням або французькими традиціями.

5. ПОЗИЦІЯ ВІДПОВІДАЧА

- (30) Товариство Листом надало інформацію і такі пояснення.
- (31) Товариство здійснювало рекламування Продукції шляхом транслявання Реклами на телебаченні, зокрема на телеканалах 1+1, 2+2, УНІАН, БІГУДІ, ПЕРШИЙ, ТЕТ, ПлюсПлюс, ОТV, MUSIC BOX, Paramount Comedy, а також на офіційній сторінці бренда в мережі «Фейсбук». Інших засобів рекламування Продукції Товариство не використовувало.

- (32) Згідно з Листом відповідальність за зміст Реклами несуть виробник, яким є Товариство, та рекламне агентство – товариство з обмеженою відповідальністю «Сіґма УА» (далі – ТОВ «Сіґма УА») (ідентифікаційний код юридичної особи 39472326). Крім того, відповідно до наданого Товариством договору (*інформація з обмеженим доступом*).
- (33) У Листі Товариство вказує, що вираз «КОЛЕКЦІЯ ФРАНЦУЗЬКИХ ПАШТЕТІВ» використано лише під час рекламування Продукції на телебаченні з 30.04.2020 по 25.05.2020, при цьому Товариство зазначає, що на упаковці (етикетці) *«не міститься жодної інформації, що пов'язує Продукцію з Францією або французькими традиціями. Також Товариство жодним іншим чином не намагалося пов'язати Продукцію з Францією»*.
- (34) Водночас у Листі ТОВ «Аквафрост» прокоментувало, що *«вираз «КОЛЕКЦІЯ ФРАНЦУЗЬКИХ ПАШТЕТІВ» прозвучав виключно в телевізійній рекламі, оскільки звучання Торгової марки «MerSea» децю схоже на французьке слово «La merci», що перекладається як дякую тому такий вираз хотіли обіграти при запуску телевізійної реклами цього продукту»*.
- (35) У той же час внутрішня сторона упаковки Продукції містить зображення Ейфелевої вежі, а також Товариство підтверджує схожість назви Продукції з французьким словом, що, у свою чергу, опосередковано пов'язує Продукцію з Французькою Республікою.
- (36) Товариство на прохання обґрунтувати, яку саме інформацію намагалося донести до споживача під час рекламування Продукції, зазначає, що *«використовуючи вираз «КОЛЕКЦІЯ ФРАНЦУЗЬКИХ ПАШТЕТІВ» ТОВ «Аквафрост» підкреслює факт того, що рибні паштети були винайдені у Франції, тому саме ця країна вважається місцем походження цього продукту. Ми виготовляємо продукцію ТМ «MerSea» за традиційною французькою рецептурою та особливою технологією випікання»* (мова оригіналу).
- (37) Крім того, Товариство повідомляє, що співробітники ТОВ «Аквафрост» під час створення рецептури Продукції *«проводили дослідження рецептур такого продукту із різних країн світу, в тому числі із Франції»*.
- (38) Тобто, Товариство таким чином пов'язує Продукцію з традиційним французьким паштетом, водночас не надавши підтверджень того, що цей рецепт дійсно французький та/або винайдений у Французькій Республіці, особливо зважаючи на те, що рецептура Продукції була розроблена співробітниками Товариства.
- (39) Стосовно підтвердження країни походження сировини Товариство зазначило, що сировина для Продукції (риба, креветки тощо) експортується зі всього світу, наприклад, з Бангладешу, Перу, Великої Британії. Водночас сама Продукція виробляється на території України.
- (40) У Поясненнях до розпорядження про початок розгляду справи № 127-26.4/77-20 Товариство зазначило таке.
- (41) Під час виготовлення пробної партії під торговельною маркою «MerSea» Товариством проведено тестування концепції упаковок Pasteta ТМ «MerSea», вибірка — 50

респондентів щодо кожного з концептів. Зокрема, під час опитування було представлено три концепції упаковок паштетів, одна з яких, концепт «В», має вигляд упаковки (етикетки) Продукції:



Фотокопія 4

- (42) За результатами опитування респондентів на питання «Судячи з пакування в якій країні вироблений зазначений продукт?» (стосовно концепту «В», як зазначає сам Відповідач у листі № 32-53/12/20 від 11.12.2020, вх. Комітету № 8-05/16691 від 15.12.2020) 14 % респондентів відповіли, що у Франції, 12 % – у Польщі, також респонденти зазначали інші країни.

6. ОБСТАВИНИ СПРАВИ, ВСТАНОВЛЕНІ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ ОПИТУВАННЯ СПОЖИВАЧІВ

- (43) Дорученням Голови Комітету від 13.10.2020 № 13-01/1029 Південному, Північному, Східному, Західному, Південно-східному та Південно-західному міжобласним територіальним відділенням Комітету доручено провести анкетування споживачів паштетів рибних біля продуктових торговельних мереж щодо можливості введення їх в оману під час рекламування, виробництва та реалізації паштетів рибних.
- (44) Згідно з інформацією, отриманою від територіальних відділень Комітету, з трьохсот десяти опитаних споживачів:

- двісті дванадцять (68,3 %) споживачів вказали, що на їх намір стосовно придбання продукції впливає реклама продукту на телебаченні, радіо, інші засоби поширення реклами;

- двісті п'ятнадцять (69,3 %) споживачів вважають, що використання в рекламі виразу «Колекція французьких паштетів» вказує на зв'язок продукції з Французькою Республікою;
- сто дев'яносто п'ять (62,9 %) споживачів вважають, що наявність на упаковці продукції зображення Ейфелевої вежі вказує на зв'язок такої продукції з Французькою Республікою;
- сто шістдесят шість (53,3 %) споживачів вказали, що вони надали б перевагу паштетам рибним, щодо яких в рекламі поширена інформація: «ЯКЩО НАМАЗАТИ ФРАНЦУЗЬКУ ВИПІЧКУ ЗВИЧАЙНИМ ПАШТЕТОМ, ЇЙ ЦЕ МОЖЕ НЕ СПОДОБАТИСЬ», «ВАША ЇЖА СКАЖЕ ВАМ МЕРСІ»; «КОЛЕКЦІЯ ФРАНЦУЗЬКИХ ПАШТЕТІВ», порівняно з паштетами інших виробників;
- двісті двадцять (70,9 %) споживачів вважають, що поширена в рекламному ролику інформація «ЯКЩО НАМАЗАТИ ФРАНЦУЗЬКУ ВИПІЧКУ ЗВИЧАЙНИМ ПАШТЕТОМ, ЇЙ ЦЕ МОЖЕ НЕ СПОДОБАТИСЬ», «ВАША ЇЖА СКАЖЕ ВАМ МЕРСІ», «КОЛЕКЦІЯ ФРАНЦУЗЬКИХ ПАШТЕТІВ» вводить в оману, якщо виробником паштету є українське підприємство.

7. ВИСНОВКИ КОМІТЕТУ

- (45) Відповідно до статті 1 Закону України «Про рекламу» реклама – інформація про особу чи товар, розповсюджена в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо таких особи чи товару.
- (46) Також згідно зі статтею 1 Закону України «Про рекламу» недобросовісна реклама – реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження.
- (47) Відповідно до статті 10 Закону України «Про рекламу» недобросовісна реклама забороняється. Відповідальність за недобросовісну рекламу несе винна особа.
- (48) При цьому, відповідно до частини першої статті 26 Закону України «Про рекламу» контроль за дотриманням законодавства України про рекламу здійснює в межах своїх повноважень, зокрема, Антимонопольний комітет України – щодо дотримання законодавства про захист економічної конкуренції.
- (49) Основні вимоги до етикетування харчових продуктів визначені Законом України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» і Законом України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів».
- (50) Відповідно до пункту 2 статті 39 Закону України «Про основні принципи та вимоги до безпечності та якості харчових продуктів» маркування харчових продуктів повинно забезпечувати споживача інформацією, яка надає йому можливість здійснити вибір харчового продукту відповідно до потреб споживача.

- (51) Слід зазначити, що статтю 39 цього Закону виключено на підставі Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» (набув чинності з 06.08.2019), проте на момент введення Продукції в господарський обіг та до 06.08.2019 зазначена стаття Закону була чинна.
- (52) Відповідно до статті 4 Закону України «Про інформацію для споживачів щодо харчових продуктів» інформація про харчовий продукт не повинна вводити в оману, зокрема, щодо:
- 1) характеристик харчового продукту, у тому числі його категорії, характерних ознак, властивостей, складу, кількості, мінімального терміну придатності або дати «вжити до», країни походження або місця походження, способу виробництва (виготовлення);
 - 2) приписування харчовому продукту неприцананних йому властивостей або наслідків споживання;
 - 3) особливих характеристик харчового продукту, якщо аналогічні харчові продукти мають такі самі характеристики, зокрема шляхом підкреслення факту наявності або відсутності певних інгредієнтів та/або поживних речовин.
- (53) Комітетом встановлено, що за результатами опитування респондентів, наданими Відповідачем, з Україною Продукція асоціюється лише в 38 % респондентів, що свідчить про те, що до 62 % респондентів могли бути введені в оману щодо країни походження продукції:

Інформативність упаковки

И2. Судя по упаковке, в какой стране произведен продукт? Выборка: 50 респондентов на каждый концепт

Предполагаемая страна производства продукта	Концепт А (N=50) (%)	Концепт «В» (N=50) (%)	Концепт «С» (N=50) (%)
Украина	40	38	10
Италия	4	2	14
Польша	24	12	12
Франция	12	14	8
Норвегия	2	8	6
Россия	2	0	10
Германия	0	8	8
Латвия	0	0	6
Грузия	2	0	0
Литва	0	4	0
Израиль	0	6	0
Затрудняюсь ответить	10	0	18

► В Концепте «А» марка воспринимается, скорее, как украинская.
 ► В Концепте «В» марка воспринимается, скорее, как украинская.
 ► В Концепте «С» марка воспринимается, скорее, как французская \ итальянская.

КОПИЯ
Директор

Фотокопія 5. Надані Товариством результати опитування

- (54) Також у Поясненні до розпорядження про початок розгляду справи № 127-26.4/77-20 Товариство наголошує на тому, що на самих етикетках зазначених паштетів немає жодної інформації, яка пов'язує продукцію ТМ «MerSea» із Францією та французькими традиціями.

- (55) Отже, Товариство заперечує, що мало на меті створити зв'язок між Продукцією та Французькою Республікою та/або французькими традиціями, водночас надаючи відповіді та документи, що підтверджують протилежне.
- (56) Слід зазначити, що споживачам властиво робити вибір саме на користь тих товарів, які мають відношення до місць географічного походження відповідного товару (наприклад, шотландський віскі, французьке шампанське, італійські спагеті тощо).
- (57) Ринок виробництва та реалізації паштетів рибних, на якому здійснює діяльність Товариство, є конкурентним, представлений широким асортиментом продукції різних виробників.
- (58) У відповідь на питання «Вказати основних конкурентів Товариства на ринку виробництва та реалізації паштетів рибних» Товариство зазначило приватне підприємство «САНТА-УКРАЇНА» (м. Київ, ідентифікаційний код юридичної особи 30634862) і товариство з обмеженою відповідальністю «Веладіс» (м. Київ, ідентифікаційний код юридичної особи 40878737). При цьому в Комітеті відсутня інформація про те, що вказані конкуренти вдавалися до подібних недобросовісних практик.
- (59) Тобто, Товариство може отримати переваги в конкуренції не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неправдивих відомостей про країну походження Продукції, що може вплинути на наміри споживачів стосовно придбання продукції саме ТОВ «Аквафрост», а не інших суб'єктів господарювання, які вказують достовірну інформацію щодо продукції власного виробництва.
- (60) Отже, поширення Товариством неправдивої інформації, зокрема в Рекламі, що транслювалася на телевізійних каналах, стосовно місця походження Продукції, зокрема:
- вираз *«КОЛЕКЦІЯ ФРАНЦУЗЬКИХ ПАШТЕТІВ»*;
 - наявність традиційної французької випічки (багета) у кадрі відеоролика;
 - демонстрація споживачу переваг французького паштету над іншими паштетами (вираз *«ЯКЩО НАМАЗАТИ ФРАНЦУЗЬКУ ВИПІЧКУ ЗВИЧАЙНИМ ПАШТЕТОМ, ЙЇ ЦЕ МОЖЕ НЕ СПОДОБАТИСЬ»*);
 - наявність виразу *«ВАША ЇЖА СКАЖЕ ВАМ МЕРСІ»*;
 - музичний супровід відеоматеріалу, характерний для французьких музичних творів;
 - оформлення упаковки (етикетки), що містить зображення Ейфелевої вежі;
 - назва Продукції, яка повністю співзвучна з французьким словом «MERCİ»,

може надавати Товариству неправомірних переваг у конкуренції порівняно з тими суб'єктами господарювання (українськими виробниками), які не використовують таких рекламних прийомів та написів на продукції, що можуть стимулювати зацікавленість споживачів та вплинути на їх наміри щодо придбання продукції саме ТОВ «Аквафрост».

8. ЗАПЕРЕЧЕННЯ ВІДПОВІДАЧА ТА ЇХ СПРОСТУВАННЯ

- (61) Листом № 49-28 від 02.06.2021 (вх. Комітету № 8-01/7800 від 07.06.2021) Відповідачем надано зауваження та заперечення на подання про попередні висновки у справі № 127-26.4/34-20 (далі – ППВ).

8.1. Заперечення на пункти 37 – 38 ППВ

- (62) Відповідач зауважив, що Комітетом помилково зазначено відсотки опитуваних, а не кількість осіб. Тобто, результатами опитування, наданого Товариством, була вибірка саме за кількістю осіб. Крім цього, Відповідач зазначає, що опитування респондентів було проведено й щодо інших питань та концептів Продукції.

Спростування

- (63) Комітет вважає заперечення Відповідача щодо помилки в зазначенні кількості осіб у поданні з попередніми висновками у справі № 127-26.4/77-20 необґрунтованим з огляду на таке.
- (64) Згідно з інформацією, зображеною на фотокопії 5 стосовно результатів тестування концепції упаковок Pasteta ТМ «MerSea», результати опитування викладаються у відсотках, про що зазначено в колонці таблиці «Концепт «В» (N=50) (%)». Крім цього, перевіряючи позицію Відповідача, Комітет встановив, що сума результатів опитування не дорівнює 50 особам у розрахунку, якщо 1 особа = 1 відповідь. Так, якщо скласти всі результати опитування щодо концепту «В», отримаємо: $38+2+12+14+8+8+4+6=92$, що не може дорівнювати 50 особам. Комітет також вважає за потрібне зазначити, що практично всі відомості та результати тестування Товариством концепції упаковок Pasteta ТМ «MerSea» наведені у відсотках, а не в кількості осіб із числа опитуваних.
- (65) Також Комітет зазначає, що предметом розгляду справи є поширення інформації, яка може ввести в оману щодо країни походження Продукції, стосовно чого й було проаналізовано відповіді респондентів. При цьому інші питання дослідження не становлять предмет розгляду справи.

8.2. Заперечення на пункт 42 ППВ

- (66) Відповідач заперечує, що ринок виробництва та реалізації паштетів рибних, на якому він здійснює діяльність, є конкурентним та представлений широким асортиментом продукції різних виробників.

Спростування

- (67) Комітет вважає вказане заперечення необґрунтованим, оскільки інформація про ринок виробництва паштетів рибних наявна у відкритих джерелах, зокрема на відкритих ритейл-майданчиках (<https://prom.ua/>, <https://auchan.ua/> та інші):
- Pâté (з франц.: паштет) з риби виробництва товариства з обмеженою відповідальністю «Компанія Стінгрей» під торговельною маркою «Veladis»;
 - Паштет рибний з тунцем торговельної марки «Name»;
 - Паштет рибний з тунця торговельної марки «Salvo»;


← → ↻ veladis.ua/ru/products/

ГЛАВНАЯ НОВОСТИ О НАС ПРОДУКЦИЯ РЕЦЕПТЫ ГДЕ КУПИТЬ КОНТАКТЫ РУССКИЙ

Рате из икры и рыбы


РАТЕ ИЗ ИКРЫ И РЫБЫ

- Кавьяр "Филадельфия"
- Икра пробойная
- Икра мойвы в соусе
- Икра лососевая зернистая
- Паста "Икорка" деликатесная
- Паста креветочная
- Пресервы из рыбы
- Пресервы из морепродуктов
- Фарш рыбный
- Морепродукты замороженные
- Рыба мороженая




РАТЕ ИЗ ЛОСОСЯ

масса нетто, г	100
количество упаковок в ящичке, шт	24
срок хранения, мес	24



РАТЕ ИЗ ТУНЦА

масса нетто, г	100
количество упаковок в ящичке, шт	24
срок хранения, мес	24



РАТЕ ИЗ СКУМБРИИ


масса нетто, г	100
количество упаковок в ящичке, шт	24
срок хранения, мес	24

← → × metro.zakaz.ua/ru/products/08595139793258/pashtet-khame-100g/

METRO Рус Укр Eng ☎ 0800 202323

Каталог товаров Поиск в METRO Акции Списки

Главная > Консервы, масло, уксус > Паштет > Шпротный, рыбный > Паштет Наме с тунцом 100g



Паштет Наме с тунцом 100g

100 г

49.70 грн

Добавить в корзину

Комментарий для сборки

Здесь можно написать сборщику свои пожелания к товару

← → ↻ rozetka.com.ua/calvo_8410090661289/p201943819/

РОЗЕТКА Каталог Я ищу... Найти RU UA


Грандиозная летняя распродажа до -60%

Алкогольные напитки и продукты питания > Продукты питания > Бакалея > Паштеты > Паштеты Calvo

Паштет Calvo из тунца классический 75 г x 2 шт (8410090661289)

★★★★★ 10 отзывов

Все о товаре Характеристики Отзывы 10 Задать вопрос Фото Покупают вместе



ТОП ПРОДАЖ

ЛЕТНЯЯ РАСПРОДАЖА

+5% БОНУСАМИ Visa

Есть в наличии

416 ₴

92 ₴ Купить

Грандиозная летняя распродажа до -60%

ферменты для улучшения пищеварения

¹ <https://veladis.ua/ru/products/>

² <https://metro.zakaz.ua/ru/products/08595139793258/pashtet-khame-100g/>

³ https://rozetka.com.ua/calvo_8410090661289/p201943819/

8.3. Заперечення на пункт 43 ППВ

- (68) Відповідач заперечує щодо зазначення ним про наявність конкурентів на ринку паштетів рибних, зокрема приватного підприємства «САНТА-УКРАЇНА» (м. Київ, ідентифікаційний код юридичної особи 30634862) і товариства з обмеженою відповідальністю «Веладіс» (м. Київ, ідентифікаційний код юридичної особи 40878737). Також Відповідач вказує на те, що ці підприємства представляють на ринку зовсім іншу продукцію, наприклад, рибну пасту «Атлантик Фіш», креветочні пасти тощо.
- (69) Крім цього, Відповідач зазначає, що Продукцію в тому варіанті, який виготовляє та реалізує ТОВ «Аквафрост», більше ніхто на ринку України не виготовляє та не реалізує, Продукція спеціально розроблена та введена на ринок винятково Товариством.

Спростування

- (70) Комітет зазначає, що Відповідач на питання: *«Вказати основних конкурентів Товариства на ринку виробництва та реалізації паштетів рибних»* зазначив приватне підприємство «САНТА-УКРАЇНА» (м. Київ, ідентифікаційний код юридичної особи 30634862) і товариство з обмеженою відповідальністю «Веладіс» (м. Київ, ідентифікаційний код юридичної особи 40878737), що зафіксовано у відповідному пункті ППВ.
- (71) Під час розслідування Комітетом встановлено, що Товариством неправильно вказано ТОВ «Веладіс» виробником паст креветочних, а також що на ринку присутня продукція під торговельною маркою «Veladis», під якою виробляється продукція «паста креветочна», про яку, найімовірніше, зазначає Відповідач. Торговельна марка «Veladis», згідно з відкритими даними Спеціальної інформаційної системи Державного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності», належить товариству з обмеженою відповідальністю «Альбакор» (ідентифікаційний код юридичної особи 37129163, м. Запоріжжя). У свою чергу, виробником пасти креветочної торговельної марки «Veladis» є товариство з обмеженою відповідальністю «Компанія Стінгрей». З відкритих джерел відомо, що товариство з обмеженою відповідальністю «Альбакор» і товариство з обмеженою відповідальністю «Компанія Стінгрей» входять до концерну «Klion Group», який здійснює реалізацію продукції з риби під торговельною маркою «Veladis».
- (72) Крім цього, Комітетом встановлено, що під торговельною маркою «Veladis» реалізується продукція «Пате із скумбрії пастеризоване», «Пате із лосося пастеризоване» та «Пате із тунця пастеризоване», що є паштетом із рибної продукції⁴.
- (73) Отже, Комітет зазначає, що Продукція Відповідача не єдина продукція типу паштетів рибних, яка присутня на ринку рибної продукції в Україні.
- (74) Водночас Комітет наголошує на тому, що питання унікальності рецептури та/або складу Продукції не є предметом розгляду справи № 127-26.4/77-20, тобто заперечення щодо пункту 43 ППВ є необґрунтованим.

⁴ <https://veladis.ua/ru/products/>

8.4. Заперечення на пункт 44 ППВ

- (75) Відповідач також заперечує щодо отримання ним переваг у конкуренції не завдяки власним досягненням, а шляхом поширення неправдивих відомостей про місце походження Продукції, що може вплинути на наміри споживачів стосовно придбання продукції саме ТОВ «Аквафрост», а не інших суб'єктів господарювання, які вказують достовірну інформацію щодо продукції власного виробництва. Так, Відповідач зазначає, що під час реєстрації торговельного знака «MerSea», уповноваженими представниками Дежавного підприємства «Український інститут інтелектуальної власності» (Укрпатент) не виявлено жодних порушень вимог чинного законодавства вказаним вище торговельним знаком.

Спростування

- (76) Неправдива інформація стосовно Продукції була поширена в Рекламі шляхом використання відповідних виразів та телевізійних прийомів, зокрема:
- вираз *«КОЛЕКЦІЯ ФРАНЦУЗЬКИХ ПАШТЕТІВ»*;
 - наявність традиційної французької випічки (багета) у кадрі відеоролика;
 - демонстрація споживачу переваг французького паштету над іншими паштетами (вираз *«ЯКЩО НАМАЗАТИ ФРАНЦУЗЬКУ ВИПІЧКУ ЗВИЧАЙНИМ ПАШТЕТОМ, ЙЇ ЦЕ МОЖЕ НЕ СПОДОБАТИСЬ»*);
 - наявність виразу *«ВАША ЇЖА СКАЖЕ ВАМ МЕРСИ»*;
 - музичний супровід відеоматеріалу, характерний для французьких музичних творів.
- (77) Щодо наявності у Відповідача зареєстрованого знака для товарів та послуг з позначенням «MerSea» Комітет зазначає, що пунктом 2 статті 16 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» встановлено, що свідоцтво надає його власнику право використовувати знак та інші права, визначені цим Законом.
- (78) Відповідно до пункту 4 статті 16 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» використання знака визнається: нанесення його на будь-який товар, для якого знак зареєстровано, упаковку, в якій міститься такий товар, вивіску, пов'язану з ним, етикетку, нашивку, бирку чи інший прикріплений до товару предмет, зберігання такого товару із зазначеним нанесенням знака з метою пропонування для продажу, пропонування його для продажу, продаж, імпорт (ввезення) та експорт (вивезення); застосування його під час пропонування та надання будь-якої послуги, для якої знак зареєстровано; застосування його в діловій документації чи в рекламі та в мережі Інтернет. Знак визнається використаним, якщо його застосовано у формі зареєстрованого знака, а також у формі, що відрізняється від зареєстрованого знака лише окремими елементами, якщо це не змінює в цілому відмітності знака.
- (79) З огляду на зміст статті 16 Закону України «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг» наявність зареєстрованих знаків для товарів та послуг та використання таких знаків на упаковці **не звільняє особу, якій належать права на знак, від відповідальності за порушення законодавства про захист економічної конкуренції**, в тому числі й за поширення неправдивої інформації.

8.5. Заперечення щодо неправдивої інформації

- (80) Крім того, Відповідач наводить як приклад дослідження експерта Жирка Владислава Васильовича, результати якого надано Комітету та в яких вказано, що позначення, розміщені на наданих зразках продукції ТОВ «Аквафрост», а саме: 1) паштет рибний з морепродуктами «*pasteta seafood*» пастеризований; 2) паштет рибний із скумбрією «*pasteta scomber*» пастеризований; 3) паштет рибний із лососем «*pasteta salmon*» пастеризований, не можуть ввести в оману споживача щодо країни походження товару.

Спростування

- (81) Комітет зазначає, що інформацією, що може ввести споживача в оману щодо країни походження товару, зокрема є інформація, поширена в Рекламі, а саме:
- вираз *«КОЛЕКЦІЯ ФРАНЦУЗЬКИХ ПАШТЕТІВ»*;
 - наявність традиційної французької випічки (багета) у кадрі відеоролика;
 - демонстрація споживачу переваг французького паштету над іншими паштетами (вираз *«ЯКЩО НАМАЗАТИ ФРАНЦУЗЬКУ ВИПІЧКУ ЗВИЧАЙНИМ ПАШТЕТОМ, ЙЇ ЦЕ МОЖЕ НЕ СПОДОБАТИСЬ»*);
 - наявність виразу *«ВАША ЇЖА СКАЖЕ ВАМ МЕРСІ»*;
 - музичний супровід відеоматеріалу, характерний для французьких музичних творів.
- (82) Крім цього, Комітет зазначає, що вказане заперечення Відповідача спростовується результатами опитування споживачів, зазначеними в розділі 6 цього рішення.
- (83) Також Відповідач вказує на те, що кількість проданого товару значно не змінилася після ротації Рекламі на телевізійних каналах, що, як вважає Відповідач, жодним чином не вплинуло на думку споживачів щодо придбання зазначеного товару в роздрібних мережах.
- (84) Комітет зазначає, що для кваліфікації дій суб'єктів господарювання як, зокрема, недобросовісна конкуренція, не є обов'язковим з'ясування настання наслідків у формі, відповідно, недопущення, усунення чи обмеження конкуренції, ущемлення інтересів інших суб'єктів господарювання (конкурентів, покупців) чи споживачів, зокрема, через заподіяння їм шкоди (збитків) або іншого реального порушення їх прав чи інтересів, чи настання інших відповідних наслідків.
- (85) Достатнім є встановлення самого факту вчинення дій, визначених законом як недобросовісна конкуренція (статті 5, 7, 9, 11, 13 – 15 та 19 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»), або можливості настання зазначених наслідків у зв'язку з відповідними діями таких суб'єктів господарювання (статті 4, 6, 8, 15¹, 16, 17 та 18 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»).

9. КВАЛІФІКАЦІЯ ДІЙ

- (86) 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.

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 й знижки на них, а також про істотні умови договору тощо.

- (87) Відповідно до інформації, викладеної в розділах 4 – 8 цього рішення, Реклама Продукції містить інформацію, яка може скласти уявлення у споживача стосовно місця виготовлення продукції, а саме позиціонування Продукції як такої, що вироблена у Французькій Республіці та/або іншим чином пов'язана з Французькою Республікою.
- (88) Отже, дії Товариства у вигляді поширення в Рекламі виробленої ним Продукції неправдивої інформації, внаслідок обраного способу її викладення, щодо країни походження Продукції, кваліфікуються як порушення, передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.

10. ВИЗНАЧЕННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ВІДПОВІДАЧА

- (89) Згідно зі статтею 30 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» органи Комітету у справах про недобросовісну конкуренцію приймають обов'язкові для виконання рішення, зокрема, про визнання факту недобросовісної конкуренції, припинення недобросовісної конкуренції, накладання штрафів.
- (90) Відповідно до частини першої 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.
- (91) За інформацією Державної податкової служби України, наданою листом від 15.07.2021 № 8896/5/99-00-18-04-01-05 (вх. № 7-01/10009 від 15.07.2021), чистий дохід від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) ТОВ «Аквафрост» за 2020 рік становить 1 177 708 000,00 (один мільярд сто сімдесят сім мільйонів сімсот вісім тисяч) гривень.
- (92) Отже, дії Товариства у вигляді поширення в Рекламі виробленої ним Продукції неправдивої інформації, внаслідок обраного способу її викладення, щодо країни походження такої продукції кваліфікуються як порушення, передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.

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) (із змінами), Антимонопольний комітет України

ПОСТАНОВИВ:

1. Визнати, що товариство з обмеженою відповідальністю «Аквафрост» (м. Чорноморськ, Одеська обл., ідентифікаційний код юридичної особи 33798852) вчинило порушення, передбачене статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення в рекламі харчового продукту власного виробництва, зокрема паштету рибного з креветками «SHRIMPS», паштету рибного з лососем «SALMON», паштету рибного з морепродуктами «SEAFOOD», інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення невизначеному колу осіб неправдивих відомостей, внаслідок обраного способу їх викладення, щодо країни походження продукції, що могло вплинути на наміри невизначеного кола осіб щодо придбання цього продукту.

2. За порушення, вказане в пункті 1 резолютивної частини цього рішення, відповідно до частини першої статті 21 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», накласти на товариство з обмеженою відповідальністю «Аквафрост» штраф у розмірі 70 746 (сімдесят тисяч сімсот сорок шість) гривень.

Штраф підлягає сплаті у двомісячний строк з дня одержання 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.

Голова Комітету

О. ПІЩАНСЬКА