



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ

РІШЕННЯ

23 грудня 2021 р.

Київ

№ 715-р

Про порушення законодавства
про захист від недобросовісної
конкуренції та накладення штрафу

За результатами розгляду Антимонопольним комітетом України справи № 127-26.4/93-20, дії приватного акціонерного товариства «ВФ Україна» визнано недобросовісною конкуренцією у вигляді вчинення порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», з поширення в рекламі власних акцій «Лови гроші в смартфон. Купуй акційний смартфон та отримай 100 грн на бонусний рахунок», «Купуй смартфон – отримуй до 1000 грн на 4G Інтернет», «Кешбек до 1000 грн на зв'язок до всіх смартфонів», «Купуй смартфон – лови знижку до 1000 грн на 4G Інтернет» інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення невизначеному колу осіб неправдивих відомостей про нарахування абонентам знижки/кешбеку у вигляді грошових коштів та неповної і неточної інформації, внаслідок замовчування окремих фактів (про автоматичні відрахування бонусних коштів на абонентську плату й інші додаткові послуги згідно з обраним тарифним планом та про обов'язковість підключення до окремо визначених тарифних планів для активації акцій, під час проведення яких поширювались вказані вище твердження та заборону їх зміни), що могло вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів і послуг приватного акціонерного товариства «ВФ Україна».

На порушника накладено штраф у розмірі 1 760 749 (один мільйон сімсот шістьдесят тисяч сімсот сорок дев'ять) гривень.

Антимонопольний комітет України, розглянувши матеріали справи № 127-26.4/93-20 про порушення приватним акціонерним товариством «ВФ Україна» (ідентифікаційний код юридичної особи 14333937) законодавства про захист від недобросовісної конкуренції та подання Управління розслідувань недобросовісної конкуренції про попередні висновки у справі від 12.11.2021 № 127-26.4/93-20/527-спр,

ВСТАНОВИВ:

1. ПРЕДМЕТ СПРАВИ

- (1) В Антимонопольному комітеті України (далі – Комітет) розглядається справа № 127-26.4/93-20 про порушення приватним акціонерним товариством «ВФ Україна» законодавства про захист від недобросовісної конкуренції.

2. СТОРОНИ

- (2) Заявником є товариство з обмеженою відповідальністю «лайфселл» (далі – ТОВ «лайфселл», Заявник) (ідентифікаційний код юридичної особи 22859846).
- (3) Основним видом діяльності ТОВ «лайфселл» є діяльність у сфері надання телекомунікаційних послуг. Крім того, одним із видів діяльності Заявника є діяльність з оптової торгівлі побутовими електротоварами (у тому числі і смартфонами) й електронною апаратурою побутового призначення для приймання, записування, відтворення звуку й зображення, а також роздрібна торгівля іншими невживаними товарами у спеціалізованих магазинах.
- (4) Відповідачем є приватне акціонерне товариство «ВФ Україна» (далі – ПрАТ «ВФ Україна», Товариство, Відповідач) (ідентифікаційний код юридичної особи 14333937).
- (5) Основним видом діяльності ПрАТ «ВФ Україна» є діяльність у сфері надання телекомунікаційних послуг. Крім того, одним із видів діяльності Товариства є роздрібна торгівля телекомунікаційним устаткуванням у спеціалізованих магазинах.
- (6) Отже, ТОВ «лайфселл» та ПрАТ «ВФ Україна» є суб'єктами господарювання, у розумінні статті 1 Закону України «Про захист економічної конкуренції», та здійснюють діяльність на ринку надання телекомунікаційних послуг.

3. ПРОЦЕСУАЛЬНІ ДІЇ

- (7) До Комітету надійшла заява ТОВ «лайфселл» від 26.06.2020 № 1713д (вх. Комітету № 8-01/233-АМ від 30.06.2020) щодо порушення законодавства про захист від недобросовісної конкуренції у вигляді поширення ПрАТ «ВФ Україна» в рекламі власних акцій інформації про нарахування бонусів у вигляді грошових коштів, що вводить в оману споживачів (далі – Заява).
- (8) До Товариства направлено вимогу Комітету про надання інформації від 16.07.2020 № 127-26/09-9986, на яку Товариство надало відповідь листом від 22.07.2020 № GR-20-07376 (вх. Комітету № 8-09/9575 від 24.07.2020).
- (9) Розпорядженням державного уповноваженого Комітету від 28.09.2020 № 09/268-р розпочато розгляд справи № 127-26.4/93-20 (далі – Справа) за ознаками вчинення ПрАТ «ВФ Україна» порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення в рекламі власних акцій інформації про нарахування бонусів у вигляді грошових коштів, що вводить в оману.
- (10) Листами від 09.11.2020 № GR-20-11610 (вх. Комітету від 13.11.2020 № 8-09/14797) та від 10.03.2021 № GR-21-02573 (вх. Комітету від 12.03.2021 № 8-07/3352) Товариство надало пояснення у Справі.
- (11) Дорученням Голови Комітету від 15.06.2021 № 13-06/592 міжобласним територіальним відділенням Комітету доручено провести опитування споживачів послуг мобільного зв'язку щодо обставин Справи.
- (12) За результатами збирання та аналізу доказів у Справі складено подання з попередніми висновками (далі – ППВ), копії якого надіслано сторонам у Справі: ТОВ «лайфселл»

листом від 12.11.2021 № 127-26/07-16191 та ПрАТ «ВФ Україна» листом від 12.11.2021 № 127-26/07-16188.

- (13) Товариство звернулось до Комітету із клопотанням б/н від 18.11.2021 (вх. Комітету від 19.11.2021 № 8-07/16062) щодо проведення слухання у Справі. Зазначене клопотання Товариства було задоволено, про що повідомлено Відповідача та Заявника листами від 24.11.2021 № 127-26/07-16826 та № 127-26/07-16827.
- (14) Листами від 23.11.2021 № GR-21-1267 (вх. Комітету від 25.11.2021 № 8-07/16314) та від 03.12.2021 № GR-21-13157 (вх. Комітету від 06.12.2021 № 8-01/16705) ПрАТ «ВФ Україна» надало власні заперечення на ППВ.
- (15) 01.12.2021 проведено відкриті слухання у Справі за участю Заявника та Відповідача, про що складено протокол.

4. ОБСТАВИНИ СПРАВИ

ІНФОРМАЦІЯ, ПОВІДОМЛЕНА ЗАЯВНИКОМ

- (16) У квітні 2020 року Заявнику стало відомо, що ПрАТ «ВФ Україна» проводило низку маркетингових акцій, у межах яких повідомлялася неправдива інформація споживачам про можливість отримати учасниками акцій грошових коштів у розмірі від 100 до 1 000 гривень за умови придбання акційних смартфонів:
 - «Купуй смартфон – отримуй до 1000 грн на 4G Інтернет» (в межах акції «Подарунки коханим»);
 - «Кешбек до 1000 грн на зв'язок до всіх смартфонів» (в межах акції «Кешбек на смартфони»);
 - «Лови гроші в смартфон. Купуй акційний смартфон та отримай 100 грн на бонусний рахунок» (в межах акції «Кешбек 100 грн»).
- (17) Всупереч твердженням, які наводились у рекламних матеріалах Відповідача, учасники акцій отримували не грошові кошти, а знижку на телекомунікаційні послуги Відповідача шляхом нарахування бонусів на спеціальний бонусний рахунок, про що зазначається в п. п. 4.1, 4.2 офіційних правил та умов зазначених вище акцій.
- (18) При цьому, споживач у першу чергу сприймає інформацію наведену великими літерами про надання грошових коштів за участь в акціях. Детальні умови, які фактично спростовують умови наведені в рекламних матеріалах, споживач може дізнатись лише в офіційних правилах та умовах акції.
- (19) Відповідач здійснював активне промотування вказаних акцій не тільки через вебсторінки акцій, а й також через вебсайт свого інтернет-магазину та використовуючи банерну рекламу на різних сайтах у мережі Інтернет, а також шляхом розміщення рекламного відеоролика в соціальній мережі YouTube (в рамках акції «Подарунки коханим»).
- (20) При цьому, у зазначених рекламних матеріалах чітко вказувалось про надання/повернення споживачам «грн», а не знижки у вигляді бонусів.
- (21) ТОВ «лайфселл» зазначає, що Відповідач систематично проводить акції, в яких ототожнює поняття гривні та знижки у вигляді нарахованих бонусних коштів, у той

час коли ці поняття є абсолютно різними за своєю суттю.

По-перше, відповідно до умов акцій строк дії бонусних коштів обмежений та становить від 3 до 6 місяців.

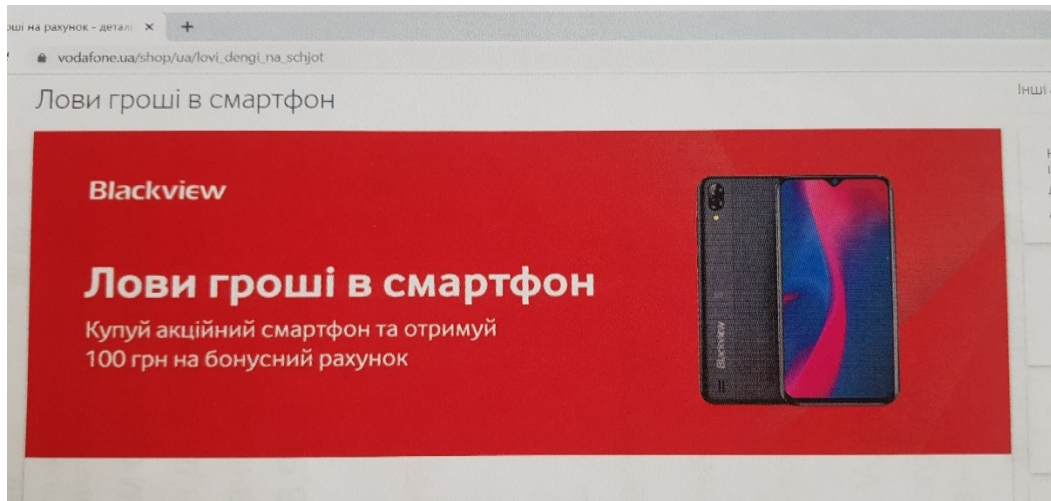
По-друге, умовами акцій чітко регламентовано варіанти використання бонусних коштів, тобто за них можна отримати вичерпний перелік послуг, визначений відповідними умовами. Такі бонусні кошти не є загальновизнаним платіжним засобом.

По-третє, бонусні кошти не можуть бути конвертовані в іноземну валюту.

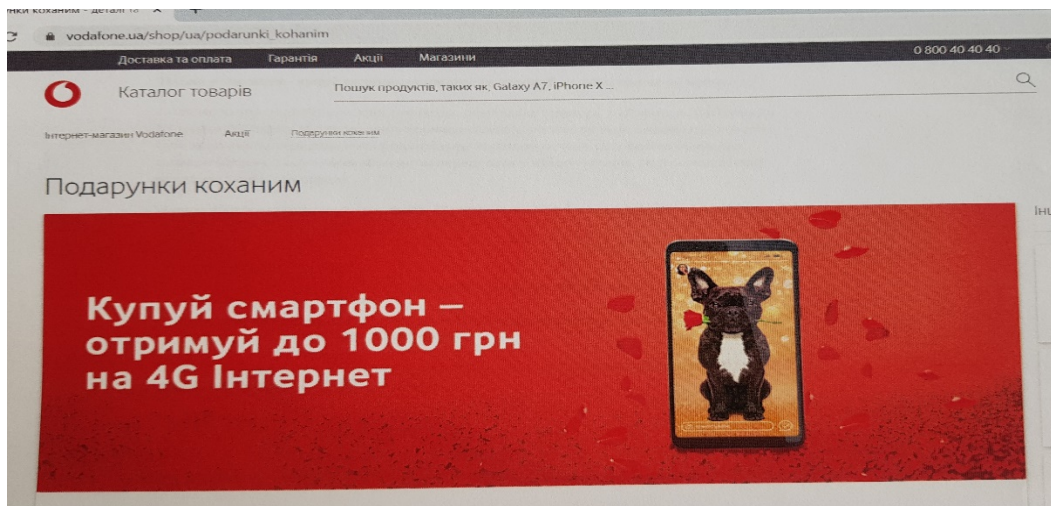
- (22) Крім того, термін «кешбек» (cashback) перекладається з англійської мови як повернення готівки. При використанні ПрАТ «ВФ Україна» під час проведення акції «Кешбек на смартфони» твердження «Кешбек до 1000 грн на зв'язок до всіх смартфонів» споживач мав підстави зрозуміти такий текст як повернення грошових коштів.
- (23) Аналогічно може сприйматися й твердження «Лови гроші в смартфон. Купуй акційний смартфон та отримай 100 грн на бонусний рахунок», оскільки в комунікації чітко вказується саме про «гроші» та використовується скорочення гривні «грн». При цьому уточнення про бонусний рахунок лише показує місце обліку, однак не пояснює змісту твердження щодо надання «грошей», «грн». Зазначене також підтверджується результатами дослідження, проведеного на замовлення Заявника товариством з обмеженою відповідальністю «Фактум Груп» (далі - ТОВ «Фактум Груп») у жовтні 2019 року, що долучене до Заяви.
- (24) Отже, Заявник вважає, що його права порушені зазначеними діями Відповідача, оскільки наявність у рекламних текстах інформації про надання кешбеку у вигляді гривні підвищує інтерес кінцевих споживачів до відповідної пропозиції, що може ввести споживачів в оману та вплинути на їх наміри, а також надати Відповідачу неправомірних конкурентних переваг. При цьому, Заявник не використовує під час проведення схожих акцій позначення «гривні», а використовує правдиву комунікацію - «бонуси».

ОБСТАВИНИ, ВСТАНОВЛЕНІ КОМІТЕТОМ

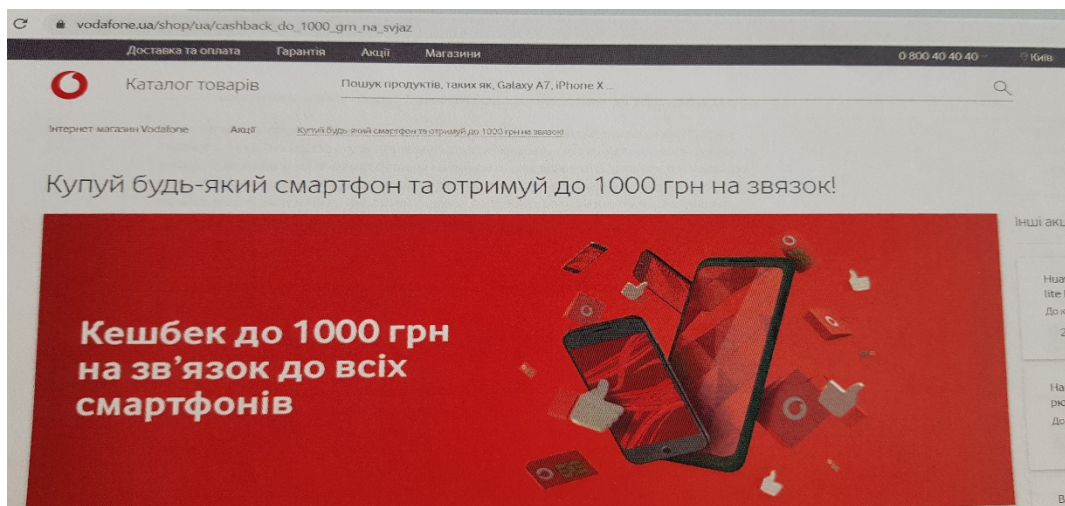
- (25) Комітетом встановлено, що зазначені в Заяві акції, в рамках яких поширювалась інформація із твердженнями про надання/повернення споживачам грошових коштів у гривнях (грн), яка поширювалась, зокрема, на офіційному сайті ПрАТ «ВФ Україна» <https://www.vodafone.ua/shop/ua> (акт фіксації інформації від 15.09.2020), проводились Відповідачем у такі періоди:
- «Кешбек 100 грн» з 29.12.2019 по 30.06.2020 (далі – **Акція 1**) із використанням твердження «Лови гроші в смартфон. Купуй акційний смартфон та отримай 100 грн на бонусний рахунок» (далі – **Твердження 1**) (скріншот 1).



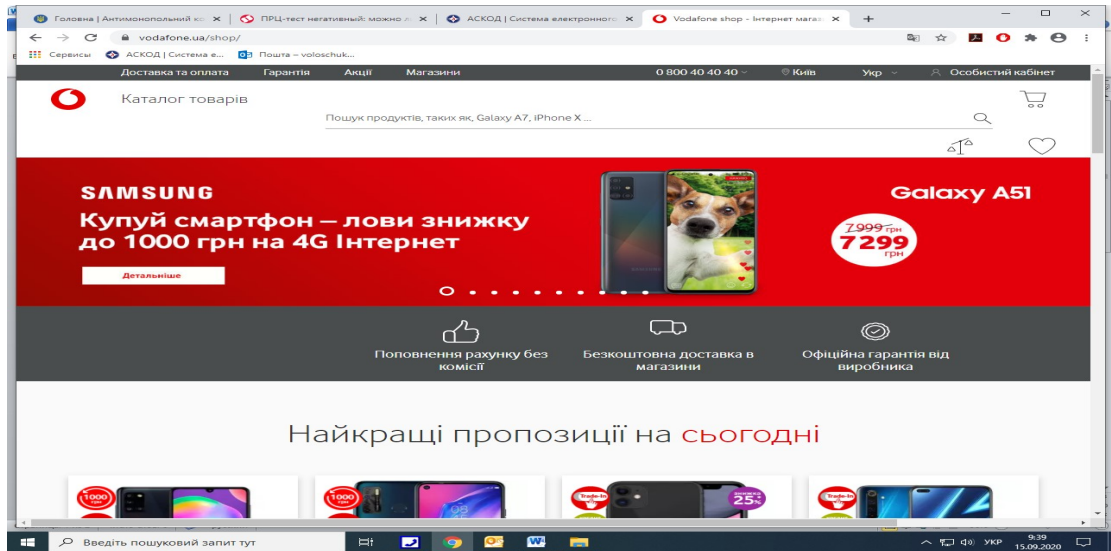
- «Подарунки коханим» з 10.02.2020 по 31.03.2020 (далі – **Акція 2**) із використанням твердження «Купуй смартфон – отримуй до 1000 грн на 4G Інтернет» (далі – **Твердження 2**) (скріншот 2).



- «Кешбек на смартфони» з 10.02.2020 по 31.05.2020 (далі – **Акція 3**) із використанням твердження «Кешбек до 1000 грн на зв'язок до всіх смартфонів» (далі – **Твердження 3**) (скріншот 3).



- (26) При цьому, крім тверджень зазначених у Заяві, співробітниками Комітету виявлено на сайті Товариства поширення твердження «Купуй смартфон – лови знижку до 1000 грн на 4G Інтернет» (далі – **Твердження 4**) в рамках акції «Потужний смартфон від Vodafone», яка проводилась з 10.08.2020 по 10.10.2020 (далі – **Акція 4**), [акт фіксації інформації від 15.09.2020 (скріншот 4)].



- (27) Акції 1-4 супроводжувались офіційними правилами та умовами акцій (далі – Правила акцій 1, 2, 3, 4), які можна завантажити за окремим посиланням на сайті Товариства для кожної акції.
- (28) У пункті 4.1 Правил акцій 2 - 4 зазначено, що Учасникам акцій, які відповідають умовам, визначеним у розділі 2 Правил, надається гарантована можливість (яка настає в разі добровільного бажання Учасника згідно з пунктами 4.4 та 4.5) здійснити підключення послуг зв'язку та отримати акційну знижку на телекомунікаційні послуги в межах тарифного плану «Vodafone SuperNet Pro», вартість якої визначена в розмірі 400 гривень/1000 гривень до кожної моделі акційного смартфона.
- (29) Згідно з пунктом 4.2 Правил акцій 2-4, надання акційної знижки на телекомунікаційні послуги реалізується шляхом нарахування бонусних коштів на спеціальний додатковий особовий рахунок (АМА-рахунок), закріплений у ПрАТ «ВФ Україна» за телефонним номером. Бонусні кошти нараховуються учаснику акцій тільки один раз за кожний смартфон, придбаний у рамках цих акцій. Строк дії нарахованих бонусних коштів становить 400 грн - 3 місяці та 1000 грн – 6 місяців. Після закінчення строку дії бонусних коштів, вони анулюються та їх використання неможливе.
- (30) Відповідно до пункту 4.4 Правил акцій 2-4, який передбачає порядок реєстрації участі в акціях для наявних (діючих) абонентів ПрАТ «ВФ Україна», абонент (учасник акцій) зобов'язаний:
- придбати смартфон, що бере участь в акції;
 - перевірити, чи його SIM-картка відповідає стандарту LTE. Якщо ні, абоненту надається можливість замінити її на картку відповідного стандарту. Плата за зміну SIM-картки не стягується;
 - встановити SIM-картку в придбаний акційний Смартфон і надіслати

SMS-повідомлення з текстом "Акція" на короткий номер 7755 для активації акційної пропозиції:

- для Акції 2 та 3 - підключити тарифний план «Vodafone SuperNet Pro»/ Vodafone SuperNet Pro-1» (Регіональний);
 - для Акції 4 - підключити тарифний план «Vodafone SuperNet Pro-1» / «Vodafone SuperNet Unlim».
- (31) Відповідно до пункту 4.5 Правил акцій 2-4, який передбачає порядок реєстрації участі в акціях учасників, що не є абонентами Товариства, проте виявили бажання ними стати, учасник акцій зобов'язаний:
- придбати смартфон, що бере участь в акції;
 - придбати за 1 (гривню) стартовий пакет Товариства в будь якому тарифному плані лінійки «Vodafone SuperNet»;
 - встановити SIM-картку в придбаний акційний Смартфон, зателефонувати за номером 111 і поповнити рахунок на 5 (п'ять) гривень, щоб активувати абонентський номер строком на 365 днів;
 - надіслати SMS-повідомлення з текстом «Акція» на короткий номер 7755 для активації акційної пропозиції:
- Для Акції 2 -3 - в пакеті «Vodafone SuperNet Pro».
 - Для Акції 4 – в пакеті «Vodafone SuperNet Pro-1» / «Vodafone SuperNet Unlim».
- (32) Отже, для участі в Акціях 2-4 як діючих, так і нових абонентів ПрАТ «ВФ Україна», серед інших умов, обов'язковим було підключення виключно таких тарифних планів: «Vodafone SuperNet Pro», «Vodafone SuperNet Pro-1» або «Vodafone SuperNet Unlim», а не лише умова у вигляді купівлі смартфона, як зазначено в Твердженнях 2-4.
- (33) За інформацією з офіційного сайту ПрАТ «ВФ Україна» <https://www.vodafone.ua/>, тарифний план «Vodafone SuperNet Pro» в період дії Акцій 2-3 коштував 150 грн/місяць та включав у себе, зокрема, 12 ГБ Інтернету + Online PASS (безлімітний трафік на максимальній швидкості (за умови підключеного пакету послуг на місяць) на: меседжинг (текст і картинки) у Viber, Telegram, WhatsApp, Hangouts, WeChat, Skype, Zoom, Google Classroom, Всеукраїнська школа онлайн; аудіо- і відеодзвінки в Zoom, Viber, WhatsApp, Skype, Skype for business, Hangouts, Google Meet, Microsoft Teams, WeChat, FaceTime) (далі - Online PASS).
- (34) Тарифний план «Vodafone SuperNet Pro-1» в період дії Акції 4 коштував 170 грн/місяць та включав у себе, зокрема, 20 ГБ Інтернету + Online PASS.
- (35) Тарифний план «Vodafone SuperNet Unlim» у період дії Акції 4 коштував 260 грн/місяць та включав у себе, безлімітний Інтернет + Online PASS.
- (36) Отже, тарифи «Vodafone SuperNet Pro», «Vodafone SuperNet Pro-1» та «Vodafone SuperNet Unlim» були одними з найдорожчих тарифних планів ПрАТ «ВФ Україна» на момент проведення Акцій 2-4 та вже включали в себе від 12 ГБ до 20 ГБ або безлімітний Інтернет.

- (37) При цьому, відповідно до пункту 4.10 Правил акцій 2-4, з моменту нарахування бонусних коштів на додатковий (АМА) рахунок такі бонусні кошти автоматично відраховуються на абонентську плату згідно з вибраним тарифним планом і додаткові послуги, а саме:
- дзвінки в Україні та за кордон;
 - додаткові пакети хвилин і SMS;
 - користування мережею Інтернет;
 - роумінг.
- (38) Отже, за умовами Акцій 2-4, бонусні кошти відраховувались у першу чергу на абонентську плату (яка вже включала послуги Інтернету), і лише після цього могли бути списані, як знижка за користування мережею Інтернет понад норми, що входять до відповідного тарифного плану.
- (39) Пунктами 4.12 та 4.13 Правил акцій 2-4 визначено, що у разі переходу учасника акцій, у період 3/6 місяців з дати нарахування бонусних коштів, на інший тарифний план – невикористані бонусні кошти на додатковому (АМА) рахунку автоматично анулюються. У разі переходу учасника акцій як абонента передплатеного зв'язку в період акцій на контрактну форму підключення – невикористані бонусні кошти на додатковому (АМА) рахунку автоматично анулюються.
- (40) Отже, змінюючи тарифний план (наприклад, на більш економний), споживач автоматично втрачав нараховані кошти, які, як вбачалось із Твердження 2-4, надавались йому Товариством саме на 4G Інтернет (в Акції 2 та 4) або на зв'язок (в Акції 3), а не за виконання будь-яких інших умов (як то перебування в найдорожчих тарифних планах). Таким чином, в інших тарифних планах оплату за спожитий ним Інтернет, споживач вже здійснити не мав можливості.
- (41) Споживач, що ознайомився із Твердженнями 2-4 та купив акційний смартфон, насправді не отримував знижки або повернення до 1000 грн на 4G Інтернет чи зв'язок, а отримував бонуси на додатковий (АМА) рахунок, які автоматично відраховувались на абонентську плату згідно з вибраним тарифним планом і додаткові послуги.
- (42) Таким чином, тільки залишок бонусних коштів після автоматичних відрахувань на абонентську плату за тарифним планом та додаткові послуги, міг бути використаний на 4G Інтернет, що свідчить про невідповідність змісту Тверджень 2-4 правилам та умовам Акцій 2-4.
- (43) Також у Твердженнях 2-4 не міститься інформації та посилань щодо можливості участі в Акціях 2-4 тільки тих абонентів, що підключені до тарифних планів «Vodafone SuperNet Pro», «Vodafone SuperNet Pro-1» або «Vodafone SuperNet Unlim» та залишаються користувачами цих тарифних планів протягом терміну дії бонусних коштів. Така інформація доступна тільки в Правилах акцій 2-4. Проте, ця інформація є важливою для споживача при прийнятті рішення щодо участі в акціях, оскільки, наприклад діючий абонент Товариства, що підключений до іншого, окрім зазначених у цьому пункті рішення, тарифного плану, для активації акції повинен понести додаткові витрати щоб перейти на один з тарифних планів «Vodafone SuperNet Pro», «Vodafone SuperNet Pro-1» або «Vodafone SuperNet Unlim», про що не зазначено у самих Твердженнях 2-4.
- (44) Отже, Твердження 2-4 містять неповні та неточні відомості, внаслідок замовчування інформації (або активних посилань) про автоматичні відрахування бонусних коштів

на абонентську плату згідно з вибраним тарифним планом і додаткові послуги та про необхідність підключення до тарифних планів «Vodafone SuperNet Pro», «Vodafone SuperNet Pro-1» або «Vodafone SuperNet Unlim» для активації Акцій 2-4.

(45) Також Твердження 1-4:

- *«Лови гроші в смартфон. Купуй акційний смартфон та отримай 100 грн на бонусний рахунок»,*
- *«Купуй смартфон – отримуй до 1000 грн на 4G Інтернет»,*
- *«Кешбек до 1000 грн на зв'язок до всіх смартфонів»,*
- *«Купуй смартфон – лови знижку до 1000 грн на 4G Інтернет»*

містять скорочення «грн», що – означає гривні.

- (46) Відповідно до статті 99 Конституції України грошовою одиницею України є гривня.
- (47) Згідно зі статтею 192 Цивільного кодексу України законним платіжним засобом, обов'язковим до приймання за номінальною вартістю на всій території України, є грошова одиниця України - гривня.
- (48) У Твердженнях 1-4 використовуються саме терміни «знижка» «кешбек» «отримай» та «гривні» (скорочено грн). Таким чином, у споживача може скластись враження, що йому буде нараховано знижку/повернуто/надано зазначену суму саме у вигляді грошових коштів, які він зможе монетизувати або використати на власний розсуд на мобільний Інтернет або зв'язок протягом необмеженого періоду часу. Проте, відповідно до Правил акцій 1-4 споживач не отримує ані знижку/кешбек, ані грошових коштів. У дійсності йому нараховуються бонусні кошти на телекомунікаційні послуги, які мають обмежений строк дії та «згорають» через 3/6 місяців, у той час як щодо грошових коштів (гривні), такі правила не могли б бути встановлені.
- (49) Разом із тим, інформація в Правилах акцій 1-4 спростовує неправдиві відомості про надання кешбеку/знижки у вигляді грошових коштів.
- (50) Водночас, подальше спростування в Правилах акцій 1-4 недостовірної інформації, що поширюється в рекламі великими літерами, не може вважатися коректним і повноцінним інформуванням споживачів.
- (51) Відповідно до положень Директиви № 2005\29\ЄС Європейського Парламенту та Європейської Ради від 11.05.2005 «Про недобросовісні торгівельні методи підприємств по відношенню до споживачів на внутрішньому ринку»: «...Комерційна діяльність вважається такою, що вводить в оману, якщо вона включає в себе недостовірну інформацію або складає загальне враження про товар, що вводить в оману або може ввести в оману середньостатистичного споживача, навіть якщо інформація вірна по відношенню до одного або декількох елементів товару, основних його характеристик, ціни товару, способу визначення ціни товару права споживача тощо, та спонукає або може спонукати споживача здійснити покупку (заклучити договір), якої не було б, якщо споживач мав достовірні відомості...», «...Комерційна діяльність вважається такою, що вводить в оману, якщо виходячи з фактичної ситуації, приймаючи до уваги всі особливості, обставини і обмеження

комунікативного середовища, продавець не надає істотно необхідної середньостатистичному споживачу інформації для прийняття обдуманого рішення по угоді, що веде чи може привести до укладення середньостатистичним споживачем угоди, якої при інших обставинах не було би ним укладено...» (стаття 6 зазначеної Директиви).

- (52) ПрАТ «ВФ Україна» надало Комітету соціологічне дослідження компанії ТОВ «Тейлор Нельсон Софрез Україна» (далі – Соціологічне дослідження), яке було замовлено з метою оцінити, наскільки споживачі телекомунікаційних послуг розуміють актуальні рекламні повідомлення щодо акції Товариства та аналогічних акцій конкурентів. Для порівняння було взято відповідні рекламні матеріали від усіх операторів рухомого (мобільного) зв'язку «великої трійки».
- (53) Відповідно до результатів Соціологічного дослідження *«...з усіх протестованих рекламних матеріалів саме реклама «Купуй смартфон - лови знижку 1 000 грн на 4G Інтернет» краще (значимо більше, ніж інші матеріали) доносить думку про «знижку, що дорівнює (в еквіваленті) грошовим коштам на телекомунікаційні послуги», і точки зору споживачів поточні рекламні матеріали говорять, що при покупці смартфона, споживач отримає на свій рахунок знижку на послуги зв'язку в певному розмірі (у грн.). яку він зможе використати в порядку, встановленому оператором».*
- (54) Товариство зазначило, що саме таку інформацію ПрАТ «ВФ Україна» має на меті донести до споживача, як таку, що повністю відповідає дійсності та не вводить в оману.
- (55) Заявник також надав Комітету дослідження «Аналіз сприйняття аудиторією текстів рекламних акцій від мобільного оператора», проведене ТОВ «Фактум Груп» у жовтні 2019 року, обсяг вибірки 200 респондентів, відповідно до якого:
- 77 % аудиторії хотіли б взяти участь в акції «Купуйте смартфон та отримайте кешбек до 1000 грн.», що є значно більшим ніж в акції «Купуйте смартфон та отримайте кешбек до 1000 бонусів».
 - 92 % аудиторії обрали б оператора, який пропонує в тексті акції кешбек у вигляді грошових коштів, і лише 8 % аудиторії обрали б оператора, який пропонує в тексті акції кешбек у вигляді бонусів.
 - Переважна більшість аудиторії впевнена, що кешбек у вигляді гривень можна використати не тільки для придбання послуг мобільного зв'язку, зокрема 75 % респондентів переконані, що гривні отримані у вигляді кешбеку можна конвертувати в готівку через мобільний гаманець оператора, 70 % впевнені, що зазначені гривні можна використати на придбання товарів у мережі магазинів мобільного оператора і 50 % вважають, що наведені гривні можна використати на придбання таких товарів, як продукти та одяг.
- (56) Отже, наявність у рекламних текстах акцій від мобільних операторів інформації про надання кешбеку у вигляді «грн» значно підвищує інтерес кінцевих споживачів до відповідної пропозиції. При цьому, кінцеві споживачі у переважній більшості переконані, що наданий гривневий кешбек можна використати не лише на телекомунікаційні послуги, а й для придбання інших товарів або переведення кешбеку в готівку.

- (57) Інтерес та імовірність придбання товарів у мобільного оператора, який пропонує гривневий кешбек, значно вищі ніж в оператора, який пропонує кешбек у вигляді бонусів.
- (58) З метою розуміння споживачами реклами Товариства про надання грошових коштів (грн) за участь в акціях, дорученням Голови Комітету від 15.06.2021 № 13-06/592 міжобласним територіальним відділенням Комітету доручено провести опитування споживачів послуг мобільного зв'язку.
- (59) Згідно з інформацією, отриманою від територіальних відділень Комітету, з трьохсот п'яти (305) опитаних споживачів:

На питання «Як Ви розумієте наступне рекламне твердження оператора мобільного зв'язку: «Купуй смартфон – лови знижку до 1000 грн на 4G Інтернет» (до анкети додано зображення реклами) споживачі відповіли таким чином:

- отримання грошових коштів на мобільний рахунок, у разі купівлі смартфона – **сорок осіб (13,1 %)**;
 - отримання знижки до 1000 грн на послуги 4G Інтернету від мобільного оператора, в разі купівлі смартфона – **сто шістдесят чотири особи (53,8 %)**;
 - отримання знижки у вигляді бонусів в еквіваленті до 1000 грн на послуги 4G Інтернету від мобільного оператора, у разі купівлі смартфона – **п'ятдесят осіб (16,4 %)**;
 - акційну знижку на телекомунікаційні послуги мобільного оператора, в разі купівлі смартфона – **сорок вісім осіб (15,7 %)**;
 - Таке твердження є незрозумілим та не дає чіткої відповіді – **дві особи (0,7 %)**;
 - Ваш варіант: **одна особа (0,3%)**.
- (60) Отже тільки 16,4 % опитаних споживачів зрозуміли, що у разі купівлі смартфона вони отримують знижку у вигляді бонусів в еквіваленті до 1000 грн на послуги 4G Інтернету від ПрАТ «ВФ Україна», **53,8 %** опитаних вважають, що вони отримують знижку у вигляді **грошових коштів** на послуги 4G Інтернету та 13,1 % опитаних вважають, що отримають грошові кошти на власний мобільний рахунок, 15,7 % опитаних вважають, що отримають знижку на послуги оператора ПрАТ «ВФ Україна» і 1 % не зрозумів або зрозумів таке твердження Товариства іншим чином.
- (61) Таким чином, грошові кошти (гривні/грн) та бонусні кошти, які нараховуються споживачам у рамках проведення акцій, є різними за своєю правовою природою та при ототожненні яких можливе введення в оману споживачів, що може негативно впливати на добросовісну конкуренцію на ринку надання телекомунікаційних послуг.
- (62) Крім цього, за наявною в Комітеті інформацією, учасники ринку надання телекомунікаційних послуг вважають, що використання термінів «гривні», «грн» в інформації про повернення чи нарахування коштів вводить споживачів в оману тому вони не використовують відповідні комунікації із споживачами у власних рекламних кампаніях.
- (63) Так, на лист Комітету № 127-26/08-10740 від 19.07.2021 ПрАТ «Київстар» листом від 09.08.2021 № 20662/01 (вх. Комітету від 12.08.2021 № 8-08/11336) зазначило, що використання в рекламних матеріалах терміна «гривні» або «грн» до бонусів/кешбеку, які нараховуються на бонусний або мобільний рахунок учасника акції і можуть бути використані протягом певного терміну для оплати за послуги відповідного оператора,

може надати споживачу хибне враження, що йому будуть повернені саме грошові кошти, які можуть бути використані без будь-яких обмежень на території України. ПрАТ «Київстар» також повідомило, що планує й надалі утримуватись від розміщення у своїх матеріалах термінів «гривні» або «грн» та подібних за суттю стосовно бонусних одиниць.

- (64) У відповідь на лист Комітету № 127-26/08-10737 від 19.07.2021, ТОВ «лайфселл» листом від 04.08.2021 № 3998д (вх. Комітету від 05.08.2021 № 8-08/10978) повідомило, зокрема, таке: «ТОВ «лайфселл» глибоко переконане в тому, що ототожнювати гривні, як грошові кошти, та бонуси, які нараховуються абонентам телекомунікаційними операторами в рамках програм лояльності, акцій тощо не є можливим, а таке ототожнення призводитиме до введення споживачів в оману, що матиме негативні наслідки на ринку телекомунікаційних послуг в цілому. ТОВ «лайфселл» вважає, що бонуси, які нараховуються абонентам телекомунікаційними операторами не мають ознак, що визначені чинним законодавством щодо грошової одиниці гривні, ототожнення понять гривні і бонусів не є правомірним. Більш того, зазвичай оператори встановлюють правила використання таких бонусів (термін дії, послуги, які можна або не можна обміняти за бонуси), в той час як відносно грошових коштів, такі правила не можуть бути встановлені. Відповідно, бонуси та гривні мають різну природу і ТОВ «лайфселл» вважає, що в жодному випадку не можна використовувати в комунікації зі споживачами слово «гривні» або «грошові кошти», коли за умовами акцій, пропозицій тощо відбувається нарахування бонусів.»
- (65) Враховуючи зазначене, інформація в Твердженнях 1-4 про надання споживачам знижки/кешбеку у вигляді грошових коштів (грн) є неправдивою, крім того, інформація у Твердженнях 2-4 є неповною та неточною внаслідок замовчування інформації про автоматичні відрахування бонусних коштів на абонентську плату і додаткові послуги, згідно з вибраним тарифним планом та про необхідність підключення до тарифних планів «Vodafone SuperNet Pro», «Vodafone SuperNet Pro-1» або «Vodafone SuperNet Unlim» для активації Акцій 2-4, що є порушенням, передбаченим статтею 15¹ Закону, у вигляді поширення інформації, що вводить в оману.
- (66) Товариство, використовуючи в рекламній комунікації неправдиву, неточну, неповну інформацію про надання споживачам знижки/кешбеку у вигляді грошових коштів, може отримати неправомірні переваги в конкуренції стосовно інших операторів ринку.

5. ЗАПЕРЕЧЕННЯ ВІДПОВІДАЧА ТА ЇХ СПРОСТУВАННЯ

- (67) Листами від 23.11.2021 № GR-21-1267 (вх. Комітету від 25.11.2021 № 8-07/16314) та від 03.12.2021 № GR-21-13157 (вх. Комітету від 06.12.2021 № 8-01/16705) ПрАТ «ВФ Україна» надало власні заперечення на ППВ (далі – Заперечення).
- (68) Товариство не погоджується із висновками викладеними у ППВ, з огляду на таке.
- (69) **Заперечення:** Відповідач зазначає, що у ППВ визначено, зокрема, такі рекламні твердження, які могли ввести в оману невизначене коло осіб - споживачів послуг рухомого (мобільного) зв'язку: «Купуй смартфон - отримуй до 1000 грн на 4G Інтернет»; «Кешбек» до 1000 грн на зв'язок до всіх смартфонів»; «Лови гроші в смартфон. Купуй акційний смартфон та отримай 100 грн на бонусний рахунок».
- (70) Товариство зазначає, що вказані вище інформаційні матеріали розповсюджувалися в межах певних рекламних компаній у період до 31.05.2020, та були повністю вилучені

з реклами ПрАТ «ВФ Україна» до 15.07.2020 на виконання рекомендацій Комітету від 16.04.2020 № 22-рк, про що Комітет було повідомлено листом Товариства від 14.05.2020 № 011-20-04808. Комітет 02.07.2020 визнав відповідні рекомендації виконаними. З цього часу Товариством ніколи не здійснювалося інформування про «Кешбек».

- (71) Товариство зазначає, що, оскільки розпорядження про початок розгляду Справи, стосувалось тільки 1 твердження, а саме: «Купуй смартфон - отримуй знижку до 1000 грн на 4G Інтернет», отже, саме це твердження може розглядатися в межах Справи, бути предметом дослідження та обговорення.
- (72) **Спростування:** за результатом розгляду заяви ТОВ «лайфселл» від 26.11.2019 № 5278 (вх. Комітету 29.11.2019 за № 8-01/363-АМк) Комітет визнав дії ПрАТ «ВФ Україна» у вигляді поширення неправдивих відомостей щодо надання Товариством кешбеку у вигляді грошових коштів порушенням, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді поширення інформації, що вводить споживачів в оману в рамках конкретних акцій:
- тверджень «Кешбек 1 000 гривень», «Кешбек» 1 500 грн» (у рамках акції «Кешбек до 25 %», що проводилась з 02.12.2018 по 10.02.2019),
 - твердження «Купуй смартфон – лови на рахунок 500 грн» (у рамках акції «Літо з Vodafone», що проводилась з 10.06.2019 по 31.07.2019),
 - твердження «Купуй Galaxy A30 і отримуй 100 грн на інтернет» (у рамках акції «Купуй Samsung – лови до 1 000 гривень», що проводилась з 15.08.2019 по 15.10.2019).
- (73) 16.04.2020 Комітетом були надані ПрАТ «ВФ Україна» обов'язкові для розгляду рекомендації за № 22-рк (далі – Рекомендації): усунути причини виникнення порушення, передбаченого статтею 15¹ Закону, у вигляді поширення в рекламі власних акцій неправдивих відомостей про надання кешбеку у вигляді грошових коштів, що вводить в оману абонентів. Інформування споживачів про послуги у власних акціях здійснювати способом, що не вводитиме споживачів в оману.
- (74) Листом від 14.05.2020 № GR-20-04808 (вх. Комітету № 8-09/6228 від 14.05.2020) Товариство надало Комітету відповідь про розгляд Рекомендацій та повідомило про їх виконання, а також зазначило, що відповідні зміни до вже оприлюднених рекламних матеріалів будуть внесені Товариством до 15.07.2020.
- (75) На засіданні 02.07.2020 Комітетом було зараховано виконання ПрАТ «ВФ Україна» Рекомендацій.
- (76) При цьому, Твердження 1-3, що є предметом Справи та поширювались у рамках Акцій 1-3, що проводились в інші періоди та мали інші слогани, а саме: Твердження 1 - «Лови гроші в смартфон. Купуй акційний смартфон та отримай 100 грн на бонусний рахунок» проводилась у рамках акції «Кешбек 100 грн» з 29.12.2019 по 30.06.2020, Твердження 2 – «Купуй смартфон – отримуй до 1000 грн на 4G Інтернет» проводилась у рамках акції «Подарунки коханим» з 10.02.2020 по 31.03.2020, Твердження 3 - «Кешбек до 1000 грн на зв'язок до всіх смартфонів» проводилась у рамках акції «Кешбек на смартфони» з 10.02.2020 по 31.05.2020, не охоплювались Рекомендаціями та є правомірним предметом розгляду зазначеної Справи в рамках однієї кваліфікації порушення за статтею 15¹ Закону України «Про

захист від недобросовісної конкуренції» (за результатами розгляду заяви ТОВ «лайфселл» від 26.06.2020 № 1713д (вх. Комітету № 8-01/233-АМ від 30.06.2020).

- (77) **Заперечення:** Відповідач зазначає, що починаючи з дати порушення Справи, Товариство неодноразово зверталось до Комітету з наведенням доказів правомірності, прозорості та об'єктивності твердження «Купуй смартфон - отримуй знижку до 1000 грн на 4G Інтернет», відсутності під час його розповсюдження неправдивих даних чи даних, що можуть ввести в оману необмежене коло осіб.
- (78) Відповідач вказує, що учасники Акції 4 отримували на свій рахунок 1000 грн, які витрачалися на телекомунікаційні послуги, в тому числі на послуги доступу до мережі Інтернет. Споживач телекомунікаційних послуг Товариства, взявши участь в Акції 4 (купивши акційний смартфон) отримував можливість зменшити свої витрати на мобільний зв'язок, зокрема і доступ до мережі Інтернет на 1000 грн, а отже отримати відповідну знижку на ці послуги.
- (79) Також Відповідач наголошує, що згідно з пунктом 25 ППВ порушення законодавства про недобросовісну конкуренцію обґрунтовується, строком дії акційної знижки на послуги мобільного зв'язку - 6 місяців з її наступним анулюванням та зазначає, що таке обґрунтування не відповідає дійсності, оскільки, враховуючи вартість пакетів послуг, що містять доступ до мережі Інтернет, інших умов актуальних тарифних планів Товариства, 6 місяців - це саме той період часу за який вичерпується 1000 грн з особового чи додаткового рахунку абонента на споживання відповідних пакетів послуг. Товариство зазначає, що найбільш актуальним на час проведення Акції 4 (10.08.2020 - 10.10.2020) був тарифний план «Vodafone SuperNet Pro-1», вартість пакета послуг, включно з безлімітним мобільним Інтернетом, становила 170 грн/міс. Таким чином, знижка на відповідні послуги в розмірі 1000 грн згідно з умовами відповідного тарифного плану, просто арифметично ніяк не могла бути вичерпана пізніше ніж через 6 місяців використання.
- (80) Також у Запереченнях зазначається, що посилання на умови акції завжди здійснювалося Товариством в усіх інформаційних матеріалах, де згадувалося Твердження 4, перед купівлею акційного смартфона, абонент завжди мав можливість ознайомитися з умовами Акції 4, відповідне інформування здійснювали продавці в усіх точках продажу акційних смартфонів, умови акції були розміщені у відкритому доступі, на офіційному вебсайті Товариства, в усіх магазинах, центрах обслуговування Товариства, тощо.
- (81) Таким чином, на думку Відповідача, будь-які твердження ППВ, про обмеження можливості доступу споживачів до умов Акції 4 чи неправдивість твердження про доступність акційної знижки - с необґрунтованим та не відповідають дійсності.
- (82) Відповідачем вказано, що відповідно до пунктів 27 - 33 ППВ, обґрунтуванням порушення законодавства про недобросовісну конкуренцію також визначається наявність додаткових умов для участі в Акції для отримання знижки, як то придбання стартового пакета з підключеними тарифами Товариства «Vodafone SuperNet Pro- 1» / «Vodafone SuperNet Unlim». Відповідне твердження також, на переконання Відповідача, повністю не відповідає дійсності з таких підстав.
- (83) Відповідно до умов Акції 4 діючі та нові абоненти послуг ПрАТ «ВФ Україна» мали можливість купити акційний смартфон та отримати знижку 1000 грн на споживання послуг рухомого (мобільного) зв'язку, в першу чергу доступу до мережі Інтернет,

зокрема у стандарті 4G/LTE, який є перспективним та передовим, у тому числі, на час проведення Акції 4. Саме активні інтернет-користувачі були основною цільовою групою для відповідної акції і саме для таких користувачів було впроваджено, актуальні на цей час тарифні плани «Vodafone SuperNet Pro-1» / «Vodafone SuperNet Unlim». Це не «найдорожчі», як це визначено у ППВ, а найцікавіші для активних інтернет-користувачів тарифні плани, розроблені саме під такий споживчий профіль та направлені на популяризацію перспективних інтернет послуг та нових технологій, зумовлені активною діджиталізацією України, збільшенням популярних інтернет-сервісів, проголошенням Президентом України та Урядом України курсу на повний перехід у цифровий простір адміністративних та інших державних послуг у найближчому майбутньому.

- (84) Відповідно до умов Акції 4, купивши акційний смартфон, діючий абонент послуг Товариства міг безкоштовно поміняти тарифний план на найбільш актуальний на час проведення Акції 4 та отримати можливість безкоштовно користуватися пакетами послуг, передбаченими такими тарифними планами, із розрахунку 1000 грн на 6 місяців, що повністю враховувало вартість пакетів послуг за такими тарифними планами, обсяги споживання, визначені відповідним споживчим профілем, та реальні потреби споживачів.
- (85) Нові абоненти, які не користувалися послугами Товариства, до участі в акції мали можливість разом з акційним смартфоном отримати й акційний стартовий пакет з відповідними актуальними на час проведення Акції 4 тарифними планами, оскільки знижки на користування послугами мобільного зв'язку Товариства, могли отримати лише абоненти Товариства, тому для нових абонентів, безумовно необхідно було здійснити підключення до його мережі, таке підключення здійснювалося за допомогою акційних стартових пакетів (вартістю 1 грн).
- (86) Споживач, що бажав взяти участь в акції на підставі рекламного твердження «Купуй смартфон - отримуй знижку до 1000 грн на 4G Інтернет», мав необмежену можливість ознайомитися з умовами Акції 4 у будь-якому місці де він почув чи побачив це твердження та, абсолютно буквально, скористатися цією пропозицією. Для цього, такий споживач міг прийти до магазину, купити акційний смартфон, безкоштовно (або за 1 гривню) підключитися до тарифних планів «Vodafone SuperNet Pro-1» / «Vodafone SuperNet Unlim» (актуальних на момент проведення Акції 4 та призначених для активного споживання послуг доступу до мобільного Інтернету) та отримати на додатковий рахунок 1000 гривень, призначених для оплати послуг мобільного зв'язку, у першу чергу - перспективних послуг мобільного доступу до мережі Інтернет у стандарті 4G/LTE, заощадивши при цьому власні кошти на відповідну суму, а отже, отримавши знижку на відповідні послуги, про що йдеться у Твердженні 4.
- (87) Також Відповідачем зазначено, що в пунктах 33 - 34 ППВ йдеться про неточність рекламного твердження в частині обсягу та видів послуг, що оплачуються з додаткового рахунку, за рахунок акційної знижки. Наведене твердження, Відповідач вважає помилковим та необґрунтованим, оскільки тарифні плани «Vodafone SuperNet Pro- b» / «Vodafone SuperNet Unlim» є інтернет-тарифами за своєю сутністю та призначенням, їх основними ознаками є значний доступ до мережі Інтернет, який є головною складовою пакетів послуг, що передпачується на умовах цих тарифних планів, отже, надання знижки у першу чергу саме на вартість пакетів таких послуг (що для цілей Акції 4 визначається в Умовах, як абонплата), є зрозумілим та повним відображенням рекламного твердження, оскільки пакет послуг передбачає

безлімітний Інтернет у стандарті 4G, який практично неможливо використати повністю в межах пакета.

- (88) Анулювання акційної знижки в разі зміни тарифного плану (пункти 35-36 ППВ), також повністю відповідає суті рекламного твердження, оскільки знижка надається на Інтернет 4G, при цьому саме визначені тарифні плани на час проведення Акції 4, містили максимально вигідні умови користування цим видом послуг, тому саме для просування відповідних пакетів та, як наслідок, перспективних цифрових послуг та сервісів і було запущено таку акцію. Смартфон за акційним тарифом + знижка на пакети послуг, головною складовою яких є Інтернет 4G - це механізм популяризації активного інтернет-користування, тому розповсюдження умов Акції 4 на всі чи інші послуги компанії не відповідало б її суті та змісту.
- (89) Отже, Відповідачем зазначено, що висновки, викладені у пунктах 33 - 40 ППВ, про неточність та неправдивість твердження «Купуй смартфон - отримуй знижку до 1000 грн на 4G Інтернет» базуються на нерозумінні та неправильному застосуванні умов акції та не відповідають дійсності.
- (90) **Спростування:** Комітет у ППВ кваліфікував, що Твердження 2-4 містять неповні та неточні відомості, внаслідок замовчування інформації (або активних посилань) про автоматичні відрахування бонусних коштів на абонентську плату згідно з вибраним тарифним планом і додаткові послуги та про необхідність підключення до тарифних планів «Vodafone SuperNet Pro», «Vodafone SuperNet Pro-1» або «Vodafone SuperNet Unlim» для активації Акцій 2-4.
- (91) Як зазначено в пунктах 37-38 цього рішення, відповідно до Правил акції 4, бонусні кошти автоматично відраховувались на абонентську плату згідно з вибраним тарифним планом, що включала в себе: дзвінки в Україні та за кордон, додаткові пакети хвилин і SMS, роумінг (які не мають відношення до 4G Інтернету), і лише після цього могли бути списані, як знижка за користування мережею Інтернет понад норми, що входять до відповідного тарифного плану, а не виключно йшли на 4G Інтернет, про що зазначено у Твердженні 4. Відповідачем не спростовано, що в рамках тарифів бонусні кошти відраховувались виключно на 4G Інтернет або в першу чергу на 4G Інтернет. Отже, інформація про знижку на 4G Інтернет в Твердженні 4 є неточною та неповною, внаслідок замовчування інформації.
- (92) Відповідно до пункту 1 частини четвертої статті 15 Закону України «Про захист прав споживачів» вживання понять «знижка» або «зменшена ціна» або будь-яких інших, аналогічних за значенням, дозволяється лише з додержанням таких умов: якщо вони застосовуються до продукції, яку безпосередньо реалізує суб'єкт господарювання.
- (93) Проте, у Твердженні 4 прямо зазначено: «Купуй смартфон – лови знижку до 1000 грн на 4G Інтернет», а насправді споживач не отримує знижку на зазначений у Твердженні 4 товар (послугу), а саме 4G Інтернет, що встановлено розділами 4 та 5 цього рішення.
- (94) Щодо заперечень Відповідача, що тарифні плани «Vodafone SuperNet Pro-1» / «Vodafone SuperNet Unlim» є не найдорожчими, а найцікавішими для активних інтернет-користувачів тарифними планами, слід зазначити, що такі заперечення є суб'єктивною думкою Товариства. Проте Товариством не спростовано, що такі тарифні плани не є найдорожчими, оскільки матеріалами Справи та розділом 4 цього рішення встановлено, що тарифні плани лінійки «Vodafone SuperNet» є найдорожчими у порівнянні з іншими тарифними планами Товариства, що були

доступні до підключення для абонентів, які отримують послуги за тарифами із передплатою, під час дії Акції 4.

- (95) Крім того, Товариство наголошує, що споживачі мали можливість безперешкодно до придбання смартфона та участі в Акції 4 ознайомитись з Правилами акції 4, слід зазначити, що зокрема на вебсайті Товариства (див. скріншот 4) немає жодного позначення, наприклад у вигляді* або іншого посилання, яке б звертало увагу споживача на необхідність ознайомлення з Правилами акції 4. Отже споживач, що побачив на вебсайті Товариства рекламу з Твердженням 4 міг спочатку замовити смартфон в інтернет-магазині Товариства, а вже після його замовлення або придбання дізнатися, що для участі в Акції 4 йому/їй необхідно підключити або придбати тарифний план «Vodafone SuperNet Pro-1» або «Vodafone SuperNet Unlim» для участі в цій акції та про наявність інших умов, зазначених у розділі 4 цього рішення, для активації Акції 4.
- (96) Отже, Відповідачем не доведено, що Твердження 2-4 містили інформацію про необхідність підключення до найдорожчих тарифних планів «Vodafone SuperNet Pro», «Vodafone SuperNet Pro-1» або «Vodafone SuperNet Unlim» для активації Акцій 2-4.
- (97) Так, як вже зазначалось у розділі 4 цього рішення, Твердження 4 доповнювалось відповідною деталізацією цього твердження у Правилах акції 4. Водночас, подальше спростування у деталізації, умовах, або правилах акцій власних послуг неправдивої/неповної/неточної інформації, що поширюється великими / домінуючими літерами, не може вважатися коректним і повноцінним інформуванням споживачів.
- (98) Вказана практика поширена і в Європейських країнах, про що зазначено у розділі 4 цього рішення.
- (99) **Заперечення:** щодо використання в рекламі терміна «гривня» / скорочення «грн» Відповідач підкреслює, що ні попередні Рекомендації Комітету, ні чинне законодавство в цілому не містять заборони щодо використання в рекламних матеріалах позначення грошових одиниць чи національної валюти. Крім того, Товариство вважає, що інформування споживачів про чітко визначений розмір знижки, який отримуватиме учасник Акції 4, не вводить споживачів в оману, а навпаки сприймається ними як зрозуміле та чітке інформування про умови Акції 4 та реальні можливості споживачів.
- (100) Товариство вказує, що поняття «знижка» - це тимчасове зменшення ціни товару що реалізується покупцю, товар реалізується за грошові кошти (гривню), тому, зменшення ціни на пакети послуг, основною складовою яких - є безлімітний Інтернет 4G на 1000 грн і є – «знижкою 1000 грн на 4G Інтернет», як це і визначається у Твердженні 4, дослідження якого і є предметом Справи.
- (101) Відповідач вважає, що інформування про знижку на оплату послуг у гривні є загальноприйнятим шляхом інформування споживачів, зрозумілим та прозорим для них, оскільки головною перевагою відповідної пропозиції є саме зменшення ціни послуг на певну грошову суму. Так, мотивуючи громадян до вакцинації від COVID-19, навіть Президент України та Уряд України інформують громадян про можливість отримання 1000 грн, хоча фактичне отримання таких коштів, також здійснюватиметься через нарахування бонусів з метою розрахунків ними за окремі види послуг у певних сферах. Втім, як у цьому випадку так і у випадку інформування про знижку на послуги нашого Товариства твердження про можливість отримати знижку на послуги у вигляді грошових коштів є більш прозорим та зрозумілим для

споживачів таких послуг, а враховуючи реальність факту економії власних коштів на отримання відповідних послуг - повністю відповідає дійсності та не вводить в оману необмежене коло осіб.

- (102) **Спростування:** Рекомендації Комітету № 22-рк від 16.04.2020 не стосувалися заборони використання терміна «гривні». Цим рішенням Комітет не встановлює заборону використання «терміна» гривня, скорочено «грн», проте використання терміна «гривня» (грн) повинно відбуватися відповідно до норм чинного законодавства та у спосіб, що не вводитиме в оману споживачів. Відповідно до Правил акцій 1-4 бонусні кошти мають обмежений термін використання від 3 до 6 місяців. Проте згідно з чинним законодавством національна грошова одиниця - гривня приймається без обмежень та не має строку дії чи використання, отже використання Товариством у рекламі Акцій 1-4 у Твердженнях 1-4 неправдивих відомостей щодо нарахування знижки, кешбеку у вигляді грошової одиниці гривні, коли насправді нараховуються бонуси є некоректним інформуванням споживачів. Втім, посилення Відповідача на загальноприйнятій практиці щодо інформування споживачів про знижку на оплату послуг у гривні, із наведенням прикладу щодо можливості отримання громадянами, що вакцинувались від COVID-19 1000 грн на певні види послуг, не стосується обставин та предмета розгляду Справи.
- (103) **Заперечення:** Товариство зазначає, що за весь період проведення Акції 4 та здійснення інформування про неї, до Відповідача не надходило жодного звернення від учасника акції про отримання коштів у готівці чи оплати за їх рахунок інших послуг.
- (104) Крім того, Товариство замовляло соціологічні дослідження з метою зрозуміти наскільки прозорим та ефективним є інформування про послуги та акції, але жодним дослідженням, чи іншим доказом не було доведено чи визначено, що споживачі послуг Відповідача вважають, що інформування про знижку на Інтернет у грошових коштах передбачає можливість отримання відповідних коштів у готівці, чи розрахунку ними за інші послуги. Відповідно до результатів соціологічного дослідження провідної соціологічної компанії ТОВ «Тейлор Нельсон Софрез Україна», що надавалося на розгляд Комітету, встановлено, що «...з усіх протестованих рекламних матеріалів саме реклама «Купуй смартфон - отримуй знижку до 1000 грн на 4G Інтернет» краще (значимо більше, ніж інші матеріали) доносить думку про «знижку, що дорівнює (в еквіваленті) грошовим коштам на телекомунікаційні послуги». З точки зору споживачів поточні рекламні матеріали говорять, що при покупці смартфона, він (споживач) отримує на свій рахунок знижку на послуги зв'язку в певному розмірі (у грн.), яку він зможе використати в порядку, встановленому оператором».
- (105) Крім того, Відповідач вважає, що посилення на точки зору конкурентів Товариства, один з яких ще й є Заявником у Справі (п. 58 - 60 ППВ) не є об'єктивним та не може бути доказом вірності відповідних доказів, оскільки позиція конкурентів у даному випадку може бути лише суб'єктивною, та, навіть упередженою.
- (106) **Спростування:** Достатнім є встановлення самого факту вчинення дій, визначених законом як недобросовісна конкуренція (статті 5, 7, 11, 13-15 і 19 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»), або можливості настання зазначених наслідків у зв'язку з відповідними діями таких суб'єктів господарювання (частини перші статей 6 і 13 Закону України «Про захист економічної конкуренції», статті 4, 6, 8, 15-1, 16, 17 і 18 Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції»). 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. Зазначена стала та послідовна правова позиція викладена у низці постанов Верховного Суду, зокрема від 06.11.2018 у справі № 910/18025/17, від 20.11.2018 у справі № 915/1253/17, від 02.06.2020 у справі № 915/1889/19, від 18.02.2021 у справі № 910/450/20, а також у постанові Великої Палати Верховного Суду від 02.07.2019 у справі № 910/23000/17.

- (107) Отже, для кваліфікації дій, визначених статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції» достатнім є встановлення самого факту недобросовісної конкуренції, а не настання наслідків у зв'язку з діями пов'язаними з порушенням. Тому заперечення щодо ненадходження жодного звернення чи скарг споживачів до Товариства щодо дії Акції 4 не ґрунтуються на нормах Закону.
- (108) Щодо тверджень у Запереченнях, що соціологічним дослідженням ТОВ «Тейлор Нельсон Софрез Україна» проведеним на замовлення, Товариством встановлено, що реклама з Твердженням 4 краще, порівняно з іншими рекламними матеріалами доносить інформацію про знижку на телекомунікаційні послуги, слід зазначити, що матеріалами Справи та розділами 4 та 5 цього рішення доведено, що Твердження 4 містить неправдиві та неповні і неточні відомості. Крім того, опитуванням, проведеним Комітетом, встановлено, що тільки 16,4 % опитаних споживачів зрозуміли, що в разі купівлі смартфона вони отримують знижку у вигляді саме бонусів в еквіваленті до 1000 грн (а не грошових коштів) на послуги 4G Інтернету від ПрАТ «ВФ Україна», а 83,6 % опитаних не зрозуміли або зрозуміли Твердження 4 іншим чином.
- (109) Відповідно до пунктів 1 та 2 статті 41 Закону України «Про захист економічної конкуренції» доказами у справі можуть бути будь-які фактичні дані, які дають можливість встановити наявність або відсутність порушення. Ці дані встановлюються такими засобами: поясненнями сторін і третіх осіб, поясненнями службових осіб та громадян, письмовими доказами, речовими доказами і висновками експертів. Усні пояснення сторін, третіх осіб, службових чи посадових осіб та громадян, які містять дані, що свідчать про наявність чи відсутність порушення, фіксуються у протоколі. Збір доказів здійснюється Антимонопольним комітетом України, його територіальними відділеннями незалежно від місцезнаходження доказів.
- (110) Отже пояснення отримані від сторін у Справі, в тому числі і Заявника, а також інформація отримана від конкурентів Товариства є належним доказом відповідно до законодавства про захист економічної конкуренції. Зазначена інформація проаналізована Комітетом і врахована під час розгляду Справи.
- (111) У Запереченнях Товариство наголошує, що висновки та кваліфікація дій Відповідача, зазначених у ч. 5 ППВ, не відповідають дійсності, не є обґрунтованими та не можуть бути підставою для накладення на ПрАТ «ВФ Україна» санкцій у вигляді штрафу в розмірі до 5 % доходу (виручки) за минулий рік.
- (112) На це слід зауважити, що висновки та кваліфікація дій Відповідача обґрунтовані та підтверджуються матеріалами Справи та відповідно до абзацу першого 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.

- (113) Таким чином, заперечення Відповідача спростовуються матеріалами Справи та розділами 4-5 цього рішення.
- (114) Заявник власних зауважень та заперечень на ППВ у письмовій формі надав, проте на слуханнях у Справі, що відбулись 01.12.2021 повідомив, що погоджується з позицією Комітету, викладеній у ППВ, про що зазначено у Протоколі слухань.

6. ВИСНОВКИ У СПРАВІ ТА КВАЛІФІКАЦІЯ ДІЙ ВІДПОВІДАЧА

- (115) Відповідно до статті 26 Закону України «Про рекламу» контроль за дотриманням законодавства України про рекламу здійснюють у межах своїх повноважень: Антимонопольний комітет України – щодо дотримання законодавства про захист економічної конкуренції.
- (116) 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.
- (117) Відповідно до статті 15¹ Закону, поширення інформації, що вводить в оману, є повідомлення суб'єктом господарювання, безпосередньо або через іншу особу, одній, кільком особам або невизначеному колу осіб, у тому числі в рекламі, неповних, неточних, неправдивих відомостей, зокрема, внаслідок обраного способу їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювань, що вплинули або можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) чи реалізації (продажу, поставки, виконання, надання) товарів, робіт, послуг цього суб'єкта господарювання.
- (118) Отже, матеріалами Справи підтверджується, що дії ПрАТ «ВФ Україна» у вигляді поширення в рекламі власних рекламних акцій *«Лови гроші в смартфон. Купуй акційний смартфон та отримай 100 грн на бонусний рахунок», «Купуй смартфон – отримуй до 1000 грн на 4G Інтернет», «Кешбек до 1000 грн на зв'язок до всіх смартфонів», «Купуй смартфон – лови знижку до 1000 грн на 4G Інтернет»* неправдивих відомостей про нарахування абонентам знижки/кешбеку у вигляді грошових коштів, а також неповної і неточної інформації, внаслідок замовчування інформації (або активних посилань на таку інформацію) про автоматичні відрахування бонусних коштів на абонентську плату і додаткові послуги, згідно з вибраним тарифним планом та про необхідність підключення до тарифних планів *«Vodafone SuperNet Pro», «Vodafone SuperNet Pro-1»* або *«Vodafone SuperNet Unlim»* для активації Акцій 2-4 та заборону їх зміни, є порушенням, передбаченим статтею 15¹ Закону у вигляді повідомлення невизначеному колу осіб інформації, що вводить в оману, що могла вплинути на наміри цих осіб щодо придбання (замовлення) послуг ПрАТ «ВФ Україна».
- (119) Відповідно до частини першої статті 21 Закону, 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.
- (120) За інформацією, наданою Державною податковою службою України листом від 15.07.2021 №8896/5/99-00-18-04-01-05 (вх. Комітету № 7-01/10009 від 15.07.2021),

дохід ПрАТ «ВФ Україна» за 2020 рік становить 17 607 491 600 (сімнадцять мільярдів шістсот сім мільйонів чотириста дев'яносто одна тисяча шістсот) гривень.

(121) Накладення штрафу здійснюється відповідно до частини третьої-сьомої статті 52 Закону України «Про захист економічної конкуренції».

(122) При визначенні розміру штрафу враховано:

- що поширення Тверджень 1-4 Товариством припинено;
- після закінчення Акції 4 Товариство припинило використання у інших власних акціях інформації про нарахування абонентам знижки/кешбеку у вигляді грошових коштів (гривні/грн);
- Товариство співпрацювало з Комітетом та під час розгляду Справи надавало інформацію у повному обсязі та у встановлені строки.

Враховуючи викладене, керуючись статтями 7 Закону України «Про Антимонопольний комітет України», статтями 21, 27 і 30 Закону України «Про захист від неборосовісної 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 (із змінами), Антимонопольний комітет України

ПОСТАНОВИВ:

1. Визнати дії приватного акціонерного товариства «ВФ Україна» (ідентифікаційний код юридичної особи 14333937) з поширення у рекламі власних акцій «Лови гроші в смартфон. Купуй акційний смартфон та отримай 100 грн на бонусний рахунок», «Купуй смартфон – отримуй до 1000 грн на 4G Інтернет», «Кешбек до 1000 грн на зв'язок до всіх смартфонів», «Купуй смартфон – лови знижку до 1000 грн на 4G Інтернет» інформації, що вводить в оману, шляхом повідомлення невизначеному колу осіб неправдивих відомостей про нарахування абонентам знижки/кешбеку у вигляді грошових коштів та неповної і неточної інформації, внаслідок замовчування окремих фактів (про автоматичні відрахування бонусних коштів на абонентську плату й інші додаткові послуги, згідно з обраним тарифним планом та про обов'язковість підключення до окремо визначених тарифних планів для активації акцій/ «Подарунки коханим», «Кешбек на смартфони», «Потужний смартфон від Vodafone» під час проведення яких поширювались твердження: «Купуй смартфон – отримуй до 1000 грн на 4G Інтернет», «Кешбек до 1000 грн на зв'язок до всіх смартфонів», «Купуй смартфон – лови знижку до 1000 грн на 4G Інтернет» та заборону їх зміни), що могло вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів і послуг приватного акціонерного товариства «ВФ Україна», порушенням, передбаченим статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції».

2. За порушення, вказане у пункті 1 резолютивної частини цього рішення, накладати на приватне акціонерне товариство «ВФ Україна» штраф у розмірі 1 760 749 (один мільйон сімсот шістдесят тисяч сімсот сорок дев'ять) 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

Ольга ПІЩАНСЬКА