



АНТИМОНОПОЛЬНИЙ КОМІТЕТ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКЕ ОБЛАСНЕ ТЕРИТОРІАЛЬНЕ ВІДДІЛЕННЯ

РЕКОМЕНДАЦІЇ
АДМІНІСТРАТИВНОЇ КОЛЕГІЇ

30 серпня 2016 року

Херсон

№ _____

Фізична особа-підприємець
Решетнікова О.Г.
(«Інформація з обмеженим доступом»)

Про вжиття заходів щодо усунення причин та умов вчинення дій, що мають ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції

Адміністративною колегією Херсонського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України (далі – Відділення) за результатами розгляду заяви гр. («інформація з обмеженим доступом») (далі - Заява), стосовно розміщення на фасаді магазину «Чух-Чух» рекламного плакату з інформацією щодо знижки -50%, яка не відповідає дійсності, встановлено наступне.

За результатами розгляду Заяви Відділенням встановлено, що на фасаді магазину «Чух-Чух» (м. Херсон, вул. Белінського, 7) 16.08.2016 року було розміщено рекламний плакат зі змістом «Чух-Чух скидка -50%». При цьому будь якої інформації щодо строку дії акції, переліку продукції (групи товару) на яку вона поширюється та інших уточнень наведено не було.

Згадана рекламна інформація розміщена таким чином, що будь-який споживач має можливість ознайомитися з її змістом. Зазначене свідчить про те, що така рекламна інформація спрямована саме на широке коло споживачів.

Таким чином, виходячи зі змісту даного плакату, в магазині «Чух-Чух» здійснювалася реалізація усіх без виключення товарів зі знижкою -50%.

З наміром придбати товари за вигідною ціною гр. («інформація з обмеженим доступом») здійснила покупку 2-х одиниць товарів. При цьому будь-якої знижки їй надано не було. Тобто, розміщена на плакаті інформація «скидка -50%» (без будь-яких уточнень) була не правдивою та такою, що не відповідала дійсності.

Як доказ Відділенню було надано копію товарного чеку від 16.08.2016 № 10792 на придбання в магазині «Чух-Чух» 2-х найменувань товарів. Згідно з інформацією, розміщеною на даному товарному чеку, магазин «Чух-Чух» належить ФОП Решетніковій О.Г.

З метою об'єктивного та всебічного розгляду Заяви, Відділенням на адресу ФОП Решетнікової О.Г. 17.08.2016 направлено вимогу №2-47/458 про надання інформації та копій документів.

За інформацією ФОП Решетнікової О.Г., останнім часом в магазині «Чух-Чух» жодні акції не проводилися. Приблизно 15-16 серпня 2016 року працівниками магазину, з метою захисту від сонячних променів вітринні вікна магазину «Чух-Чух» були завішені паперовими листами орієнтовним розміром 1,5*2,5 м. Один з них мав напис «Скидка -50%», інший - «Чух-Чух». Ці листи зберігалися на складі декілька років та були виготовлені раніше. Протягом терміну, коли було розміщено рекламний плакат, жодного акційного товару зі знижкою -50% продано не було.

ФОП Решетнікова О.Г. зареєстрована виконавчим комітетом Херсонської міської ради 11.03.2008, свідоцтво про державну реєстрацію фізичної особи підприємця серії

ВОЗ №194224, рнокпп («інформація з обмеженим доступом»), місце проживання («інформація з обмеженим доступом»).

Відповідно до свідоцтва платника єдиного податку від 01.06.12 серії Б №137242, виданого Державною податковою інспекцією у м. Херсоні, ФОП Решетнікова О.Г. здійснює діяльність у сфері роздрібною торгівлі в неспеціалізованих магазинах без переваги продовольчого асортименту. Місцем провадження господарської діяльності відповідно до вказаного свідоцтва платника єдиного податку в м. Херсоні є приміщення по вул. Белінського.

Враховуючи вищезазначене, ФОП Решетнікова О.Г. в розумінні статті 1 Закону України „Про захист економічної конкуренції” є суб'єктом господарювання.

Метою будь-якої комерційної реклами є стимулювання збуту товарів (робіт, послуг) шляхом привернення уваги потенційного покупця до переваг придбання або саме цих товарів (робіт, послуг), або товарів (робіт, послуг) у конкретного суб'єкта господарювання, тобто реклама має на меті вплинути на наміри споживачів щодо придбання товарів (робіт, послуг) саме у того суб'єкта господарювання, який рекламується.

Відповідно до частини 2 статті 7 Закону України «Про рекламу», реклама не повинна підривати довіру суспільства до реклами та повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції.

Враховуючи, що ринок реалізації товарів для дітей в межах м. Херсона є конкурентним, представлений значною кількістю дитячих магазинів, то основними умовами вибору та придбання споживачем цих товарів є сукупність таких складових як якість, ціна, наявність знижок тощо.

Тобто інформаційні матеріали (реклама) вищевказаного змісту можуть привернути увагу споживача, ввести в оману щодо ціни (вартості) цих товарів та створюючи у нього враження про певні переваги, спонукати до його придбання саме в ФОП Решетнікової О.Г. даного виду товарів.

Наведені обставини можуть призвести до отримання ФОП Решетніковою О.Г. неправомірних переваг під час продажу товарів для дітей не завдяки власним досягненням, що є однією з ознак економічної конкуренції, а шляхом поширення неправдивих відомостей щодо знижок на товари (акцій). Тобто, ФОП Решетнікова О.Г. може отримати неправомірні переваги у конкуренції порівняно з іншими суб'єктами господарювання, які діють на відповідному ринку і дотримуються вимог законодавства про захист від недобросовісної конкуренції.

Враховуючи, що ФОП Решетніковою О.Г. Відділенню не надано докази, які б свідчили про розпродаж усіх без виключення товарів зі знижкою -50%, тобто зміст реклами (інформаційних матеріалів) «Чух-Чух скидка -50%» є оманливим.

Відповідно до статті 1 Закону України «Про рекламу», реклама – це інформація про особу чи товар, розповсюдження в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їх інтерес щодо такої особи чи товару. За цим же законом - реклама повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції, бути законною, точною та достовірною.

Відповідно до статті 10 bis Паризької конвенції про охорону промислової власності від 20 березня 1883 року (з подальшими змінами та доповненнями), яка набула чинності для України з 25 грудня 1991 року, актом недобросовісної конкуренції вважається будь-який акт конкуренції, що суперечить чесним звичаям у промислових та торгових справах. Відповідно до положень Паризької конвенції забороні підлягають вказівки чи ствердження, використання, яких при здійсненні комерційної діяльності може ввести громадськість в оману щодо характеру, способу виготовлення, властивостей, придатності до застосування чи кількості товарів.

За визначенням законодавства про захист економічної конкуренції, поширенням інформації, що вводить в оману, є повідомлення, зокрема, і в рекламі неповних, неточних, неправдивих відомостей, зокрема, внаслідок обраного способу їх викладення, замовчування окремих фактів чи нечіткості формулювання, які вплинули або можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання чи реалізації товарів, робіт, послуг цього суб'єкта господарювання. Враховуючи, що реклама стимулює зацікавленість споживача до товару, повідомлення в рекламі неправдивих відомостей не лише ставить ФОП Решетнікову О.Г. у більш вигідне

становище та надає переваги над іншими суб'єктами господарювання, які діють на тому самому ринку, а й може завдати збитки споживачам, які покладаються на цю інформацію.

Таким чином, розмістивши недостовірну рекламну інформацію, ФОП Решетнікова О.Г. вчинила дії, які мають ознаки порушення законодавства, про захист економічної конкуренції передбаченого статтею 15¹ Закону України «Про захист від недобросовісної конкуренції», у вигляді недобросовісної конкуренції шляхом повідомлення невизначеному колу осіб неправдивих відомостей, які можуть вплинути на наміри цих осіб щодо придбання товарів цього суб'єкта господарювання. За вчинення недобросовісної конкуренції передбачено відповідальність згідно із законом.

Закон України «Про захист економічної конкуренції» визначає правові засади захисту як суб'єктів підприємницької діяльності, так і споживачів від недобросовісної конкуренції.

Одним із завдань органів Антимонопольного комітету України, відповідно до статті 3 Закону України «Про Антимонопольний комітет України» є здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про захист економічної конкуренції на засадах рівності суб'єктів господарювання перед законом та пріоритету прав споживачів, запобігання, виявлення і припинення порушень законодавства про захист економічної конкуренції.

Враховуючи зазначене, керуючись статтею 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції», адміністративна колегія Херсонського обласного територіального відділення Антимонопольного комітету України,

РЕКОМЕНДУЄ:

1. Фізичній особі-підприємцю Решетніковій Оксані Григорівні («інформація з обмеженим доступом»), вжити заходів щодо усунення дій, які мають ознаки порушення законодавства про захист економічної конкуренції, шляхом припинення розміщення неправдивої (неточної, неповної) рекламної інформації, та утримуватися від вчинення таких дій в подальшому.

2. Про результати розгляду даних рекомендацій та вжиті заходи необхідно повідомити територіальне відділення Антимонопольного комітету України в десятиденний строк з дня їх отримання з наданням копій підтверджуючих документів.

Відповідно до частини другої статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції», рекомендації органів Антимонопольного комітету України є обов'язковими для розгляду та виконання органами чи особами, яким вони надані.

Звертаємо увагу, що відповідно до частини третьої статті 46 Закону України «Про захист економічної конкуренції», за умов виконання положень рекомендацій у разі, якщо порушення не призвело до суттєвого обмеження конкуренції та не завдало значних збитків окремим особам чи суспільству та вжиття відповідних заходів для усунення наслідків порушень, відділенням не буде розпочато розгляд справи про порушення законодавства про захист економічної конкуренції.

Голова Відділення -
Голова адміністративної колегії

В.П. Василенко