

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области Волгоградского УФАС России (далее – Волгоградское УФАС России или Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

- |                          |   |
|--------------------------|---|
| Председатель<br>Комиссии | - заместитель руководителя Управления –<br>Никуйко Ирина Борисовна,   |
| Члены Комиссии           | - заместитель начальника отдела контроля<br>государственных и муниципальных закупок,<br>недобросовестной конкуренции и рекламы –<br>Алимова Елена Владимировна,             |
|                          | - главный специалист-эксперт отдела<br>контроля государственных и муниципальных<br>закупок, недобросовестной конкуренции и<br>рекламы – Селютина Елизавета Михайловна,      |
|                          | - ведущий специалист-эксперт отдела<br>контроля государственных и муниципальных<br>закупок, недобросовестной конкуренции и<br>рекламы – Власова Екатерина<br>Александровна, |

рассмотрев дело № 17-03-5-02/613 по признакам нарушения п. 15 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), возбуждённое в отношении ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» (ОГРН 1027700413927 ИНН/КПП 7701032910/774850001 адрес регистрации: 125171, г. Москва, Ленинградское шоссе, д. 16А, стр. 2),

в присутствии:

- представителя ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» и ООО «Новая точка» - Чарквиани Л.Т (доверенность № 142/17 от 14.11.2017; 14/11/2017 от 14.11.2017 соответственно);

в отсутствие:

-заявителя (устно по телефону сообщила о невозможности участия в заседании),

#### **УСТАНОВИЛА:**

Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: 1) предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (ч. 1 ст. 33 Закона о рекламе).

Территориальный антимонопольный орган Федеральной антимонопольной службы, осуществляющий надзор за соблюдением законодательства о рекламе, руководствуется в своей деятельности Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508 (далее - Правила).

В соответствии с п. 12 Правил дело может быть возбуждено Федеральной антимонопольной службой или ее территориальными органами по собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

Правилами в п. 3 предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

31 августа 2017 года в адрес Волгоградского УФАС России поступило заявление физического лица за вх. № 8237 (аналогичное заявление было перенаправлено в адрес Волгоградского УФАС России из Управления Роспотребнадзора по Волгоградской области – вх. № 8524 от 11.09.2017, вх. № 10411 от 08.11.2017; из ФАС России – вх. № 10622 от 14.11.2017).

В поступившем заявлении указывается что заявитель, привлеченный рекламой акции «Ни много, ни мало – машинка в подарок», распространяемой на телевидении, в сети Интернет, а также на упаковках стирального порошка, приобрел стиральный порошок, участвующий в данной акции, нашел в нем мерный «золотой стаканчик». При попытке обменять «золотой стаканчик» на стиральную машинку, согласно условиям, указанным в рекламе, заявитель получил отказ, так как на стаканчике отсутствовал стикер с номером. Распространялась указанная реклама на центральном телевидении, на упаковках стирального порошка, в сети Интернет.

В ходе рассмотрения заявления был проведен осмотр интернет-сайта [www.ariel-russia.ru](http://www.ariel-russia.ru) (акт № 308-Р от 04.09.2017), который подтвердил распространение указанной в заявлении информации следующего содержания: ««Ни много, ни мало – машинка в подарок» Ищите золотой мерный стаканчик в упаковках Ariel и Tide со стикером – получите в подарок стиральную машинку! Акция продлена до 30.11.17». Ниже указана информация об акции: «С 01.07.2017г. по 30.11.2017г. найдите Золотой мерный стаканчик в упаковках стирального порошка Ariel «Горный родник» и «Color»,

Tide «Альпийская свежесть» и «Color» и получите стиральную машинку Electrolux».

Также на данном сайте были обнаружены правила проведения акции «Ни много, ни мало – машинка в подарок», где указано, что организатором акции является ООО «Новая точка», заказчиком – ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская Компания». Также в п. 8.3 данных правил указано, что на электронную почту, указанную в правилах, необходимо направить уникальный код, изображенный на золотом «мерном» стаканчике, а также фото этого стаканчика.

В целях рассмотрения заявления были направлены запросы организатору акции - ООО «Новая точка» (исх. № 02-16/5626 от 04.09.2017), рекламодателю - ООО «Национальный рекламный альянс» (исх. № 02-16/5629 от 04.09.2017), рекламодателю - ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская Компания» (исх. № 02-16/5664 от 05.09.2017).

В ответ на запрос ООО «Национальный рекламный альянс» (вх. № 8581 от 12.09.2017) сообщило, что действительно, реклама указанной акции распространялась на телевидении, при этом в рекламе содержатся все сведения, предусмотренные ст. 9 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе). Представлено видео рекламы.

ООО «Новая точка» (вх. № 8875 от 18.09.2017) сообщило, что заказчиком рассматриваемой рекламы является ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская Компания», которое в соответствии с приложенным договором осуществляет организацию и распространение рекламной информации. Макет рекламы, а также ролик предоставило также ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская Компания».

Все вышеуказанные лица представили видеоролики, распространяемые на телевидении, следующего содержания: *«Ни много, ни мало – машинка в подарок каждому кто найдет золотой мерный стаканчик в упаковке Ariel. Ищите во всех магазинах»* ниже расположен следующий текст мелким шрифтом: *«Ни много, ни мало – машинка в подарок. Подробности на ARIEL-RUSSIA.RU. Срок проведения акции, включая выдачу призов, с 01.07.2017 по 31.12.2017, срок подачи заявок с 01.07.2017 по 30.11.2017. Подробная информация об организаторе акции, правилах ее проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения на сайте [www.ariel-russia.ru](http://www.ariel-russia.ru)»*. В данных рекламных роликах отсутствуют сведения о том, что для участия в акции необходимо найти «золотой стаканчик» со стикером с кодом. Изображение «стаканчика» в рекламе также не имеет стикера с номером.

Согласно п. 15 ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о правилах и сроках проведения конкурса, игры или иного подобного мероприятия, в том числе о сроках окончания приема заявок на участие в нем, количестве призов или выигрышей по его результатам, сроках, месте и порядке их получения, а также об источнике информации о таком мероприятии

В силу ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой [отсутствует](#) часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, рекламоатель несет ответственность за нарушение п. 15 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

П. 5 ст. 3 Закона о рекламе установлено, что рекламоателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Волгоградским УФАС России установлено, что рекламоателем рассматриваемой рекламы является ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» (ОГРН 1027700413927 ИНН/КПП 7701032910/774850001 адрес регистрации: 125171, г. Москва, Ленинградское шоссе, д. 16А, стр. 2).

На основании п. 5 Правил рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508 в ФАС России было направлено ходатайство о наделении полномочиями Волгоградское УФАС России по возбуждению и рассмотрению данного дела. Ходатайство было удовлетворено, ФАС России наделил Волгоградское УФАС России полномочиями на возбуждение и рассмотрение настоящего дела (письмо ФАС России исх. № АК/73277/17 от 25.10.2017).

**Определением от 31 октября 2017 года возбуждено производство по делу № 17-03-5-02/613 в отношении ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» по признакам нарушения п. 15 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.**

ООО «Новая точка» привлечено в дело в качестве лица, обладающего информацией.

На заседании Комиссии 21 ноября 2017 года присутствовала заявитель и представитель ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания».

Заявитель устно сообщила, что порошок Ariel 6 кг со стикером купила в магазине «Метро» (см. копию чека от 17.08.2017). Совершила покупку именно этого порошка в связи с тем, что перед этим увидела рекламу на телевидении. Распространялась данная реклама в основные просмотровые часы с 18:00 до 20:00.

Как пояснила заявитель вскрытие пакета порошка было осуществлено в день покупки. В данном порошке оказался «золотой» стаканчик, в связи с чем заявитель стала звонить по телефону горячей линии, найденному на официальном сайте, указанном в рекламе, где ей оператор указал, чтобы

она первоначально сообщила есть ли у нее чек (чек случайно сохранился), затем заявителя попросили назвать номер на стаканчике. Заявитель не обнаружила номера на стаканчике, о чем сообщила оператору, который ей ответил, что значит она не участвует в акции.

Заявитель указала на то, что ни в одной рекламе нет стикера на «золотом» стаканчике, а также то, что данная реклама, по ее мнению, изначально была лживая, обманная и вводила в заблуждение потребителя.

Также представила копию чека, продемонстрировала «золотой» стаканчик (с надписью Henkel) и упаковку порошка Ariel (фото в материалах дела).

Данная информация также была отражена в письменных пояснениях заявителя (вх. № 11833 от 15.12.2017).

ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» представил в материалы дела письменные объяснения (вх. № 10916 от 21.11.2017; вх. № 11604 от 15.12.2017) по фактам, послужившим основанием для возбуждения дела Согласно письменным и устным объяснениям (вх. № 10916 от 21.11.2017) Акция «Ни много, ни мало - машинка в подарок» (именуемая далее как Акция) проводится по заказу ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» (далее – Общества) в период с 1 июля 2017 г. по 28 декабря 2017 г. (включая срок отправки призов) на всей территории Российской Федерации. Услуги по проведению Акции, в частности, ее организацию и проведение, получение и обработку информации от участников и взаимодействие с ними, а также иные услуги, связанные с проведением Акции, оказывает Обществу ООО «Новая точка» на основании договора возмездного оказания услуг и приложения к нему, копии которых были представлены в УФАС по Волгоградской области 29 сентября 2017 г. (исх. №SRD-290917).

Рассматриваемая реклама содержит следующие элементы информации (реклама на телевидении, реклама в сети Интернет):

а) название Акции – «Ни много, ни мало – машинка в подарок»;

б) основное информационное сообщение об акции – «Ищите золотой мерный стаканчик в упаковках Ариэль и Тайд со стикером – получите в подарок стиральную машинку!» (под стикером имеется в виду наклейка на упаковке порошка);

в) сроки проведения акции;

г) описание товара, участвующего в проводимой Акции – это определенные виды порошка весом от 3-х кг до максимального, который производит производитель;

д) территория проведения Акции;

е) источник информации об Акции (адрес интернет-сайта, на котором можно

получить полную информацию об Акции, в том числе об организаторе Акции, о правилах ее проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения).

Таким образом, по ссылке, которая указывается во всей рекламе, содержатся правила Акции, из которых следует, чтобы стать участником и выиграть приз, претенденту в соответствии с п.8 правил Акции необходимо: приобрести продукцию под товарными знаками Ариэль и Тайд, участвующую в акции; найти «золотой» мерный стаканчик с изображением уникального кода (код необходим для организатора, чтобы идентифицировать эти стаканчики); отправить заявку на выделенный организатором акции электронный адрес с указанием уникального кода, изображенного на «золотом» мерном стаканчике, а также с приложением четкого фото «золотого» мерного стаканчика, найденного в упаковке продукции.

Организатор, а также производитель заявляет, что в упаковки абсолютно всех акционных товаров, которые маркировались стикерами, помещались мерные стаканчики: либо «золотые» - выигрышные, либо невыигрышные – голубые или белые (прозрачные). Есть подтверждающее письмо завода, в котором указано на сколько упаковок было нанесено стикеров. Во все эти упаковки вложены мерные стаканчики, 100 из которых являются «золотыми» мерными стаканчиками, а все остальные либо голубые, либо белые. Согласно акции разыгрывается 100 призов.

По поводу подготовки к реализации акционного товара, представитель сообщил, что производилось проводилось «стикерение» всех упаковок порошка на заводе (анонсирующий стикер о том, что данный товар участвует в акции). Производитель заказал «золотые» стаканчики у производителя потребительской упаковки в количестве для российского рынка – 100 штук. Производились они в Чехии специально по заказу Общества и для этой акции, а также специально по количеству призов (для РФ – 100), белые и голубые стаканчики постоянно присутствуют на производстве.

Затем Общество заказало у рекламного агентства ООО «Ти Ти Джи» разработку наклеек на стаканчики, чтобы в дальнейшем по ним их идентифицировать (см. объяснения исх. № SRD-201117 от 20.11.17).

Уникальный код, который изображен на стикере, является вспомогательной информацией прежде всего для организатора Акции - он позволяет организатору удостовериться в подлинности заявленного «золотого» мерного стаканчика и является необходимым элементом защиты от недобросовестных или ошибочных действий претендентов. Поскольку физического «обмена» стаканчика на приз условиями Акции не предусмотрено, а потребителю, согласно Правилам Акции, необходимо сфотографировать стаканчик и направить фото вместе с уникальным кодом

по указанному адресу, чтобы избежать недобросовестного использования одного и того же стаканчика (или даже одного фото) для получения приза несколько раз, в качестве вспомогательного инструмента для организатора в Акции используются уникальные коды. Так, например, организатору Акции уже неоднократно поступали заявки с изображениями похожих стаканчиков без кодов, не участвующих в Акции (фото имеется в материалах делах).

Комиссии дополнительно усмотрела признаки нарушения п. 15 ч. 3 ст. 5 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе выраженные в том, что в рассматриваемой рекламе акции «Ни много, ни мало – машинка в подарок» содержатся не соответствующие действительности условия проведения акция, а именно указано, что для того, чтобы получить приз необходимо просто найти «золотой стаканчик» в порошках, участвующих в акции («Машинка в подарок каждому то найдет золотой мерный стаканчик»), однако сведения о том, что на стаканчике должен быть стикер со специальным номером, а также *необходимо предъявить чек, отсутствуют*. Рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе, поскольку не содержит указания на то, что «золотой стаканчик» должен быть со стикером со специальным номером и необходимо предъявить чек. Отсутствие данной информации искажает смысл рекламы и вводит потребителя в заблуждение.

В дополнительных письменных объяснениях (вх. № 11604 от 15.12.2017) ООО «Проктер эндГэмбл Дистрибьюторская компания» указало, что предъявление кассового чека для участия в Акции и получения приза не требуется.

Согласно пп. 8.1. – 8.3. Условий акции, чтобы стать участником и выиграть приз, претенденту в рамках периода акции необходимо: приобрести продукцию под товарным знаком Ariel и Tide, участвующую в акции, с надписью на желтом анонсирующем стикере: «Найди внутри золотой стаканчик и выиграй машинку»; в упаковке приобретенной продукции найти «золотой» мерный стаканчик с изображением уникального кода; отправить заявку на выделенный организаторами акции электронный адрес с указанием уникального кода, изображенного на «золотом» мерном стаканчике, а также с приложением четкого фото «золотого» мерного стаканчика, найденного в упаковке продукции. При выполнении участником требований п. 8.1-8.3 Правил акции ему не может быть отказано в получении приза.

В случае возникновения у организаторов подозрений в том, что присланные участником данные о покупке являются фальшивыми и не отвечающими требованиям, указанным в п. 8.3-8.4 (отсутствие уникального кода, нечеткое фото) организатор имеет право запрашивать у участника дополнительную информацию, подтверждающую факт совершения покупки (п. 12.3 Правил акции).

Также, в объяснениях указано, что Компания Henkel (Хенкель) является международным производителем косметических средств и бытовой химии, в том числе стиральных порошков Persil (Персил), Losk (Лоск) и Ласка.

Группа компаний Henkel (Хенкель) является самостоятельной группой, не связана с ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» и группой компаний Procter & Gamble (Проктер энд Гэмбл) какими-либо юридическими (корпоративными) или иными связями, а является прямым конкурентом Procter & Gamble (Проктер энд Гэмбл).

Таким образом, размещение мерного стаканчика с изображением логотипа компании Henkel (Хенкель) в продукции Ariel и Tide, которую производит Procter & Gamble (Проктер энд Гэмбл), невозможно.

На заседание Комиссии 15 декабря 2017 года от представителя ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» была представлена упаковка порошка Персил колор (5,1 кг) производства Хенкель, в которую вложен стаканчик золотого цвета, о чем имеется надпись на упаковке (фото стаканчика, а также стаканчик в натуре в материалах дела). Вкладывается стаканчик указанного цвета в большую упаковку SKU (единица товарной упаковки). На заседании Комиссии данная упаковка порошка была вскрыта. В коробке обнаружен порошок и стаканчик золотого цвета с логотипом Хенкель, аналогичный стаканчику, который демонстрировала на ранее прошедшем заседании Комиссии заявитель. Процесс вскрытия зафиксирован при помощи фотосъемки (акт № 330-Р от 15.12.2017). Фотосъемка вскрытия аналогичной упаковки порошка ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» представлена в приложении к письменным пояснениям (вх. № 11604 от 15.12.2017).

По имеющейся информации компания Henkel (Хенкель) размещает в упаковки своей продукции - стиральных порошков - мерные стаканчики для удобства пользования потребителей, не в рамках каких-либо акций или иных стимулирующих мероприятий.

Представитель повторно указал, что организатору Акции неоднократно поступали заявки с изображениями неоригинальных стаканчиков без кодов и, в частности, стаканчиков компании Henkel (Хенкель), таких же, как представила заявитель, с целью получения приза по Акции без надлежащих на то оснований (в материалах дела содержатся фото неоригинальных стаканчиков, поступающие на электронную почту организатора акции).

Реклама Акции не содержит недостоверных или не соответствующих действительности сведений. Поскольку, как более подробно описано выше и в пояснениях Общества от 20 ноября 2017 г., все «золотые» мерные стаканчики, участвующие в Акции, имеют изображения уникальных кодов и, соответственно, являются выигрышными, указание в рекламе Акции о том, что, чтобы получить приз, необходимо просто найти «золотой» стаканчик в порошках, является достоверным. Отсутствие изображения кода в рекламе не влияет на выбор потребителя, т.к. в случае, если потребителю в Акционном товаре попадется «золотой» мерный стаканчик, такой стаканчик обязательно будет иметь изображение специального кода. «Золотой» мерный стаканчик является выигрышным, а уникальный код, который изображен на

стикере, является вспомогательным инструментом для защиты от недобросовестных действий претендентов.

По вопросу наличия в рассматриваемой рекламе признаков нарушения ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» сообщает следующее.

На основании ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В данной норме регулируется реклама товаров, условий их приобретения или использования. В рассматриваемой рекламе объектом рекламирования выступает стимулирующее мероприятие (акция «Ни много, нимало – машинка в подарок»)

Так как Акция «Ни много, ни мало – машинка в подарок» является стимулирующим мероприятием, соответственно на него распространяется действие специальной нормы – ст. 9 Закона о рекламе.

Акция является стимулирующим мероприятием по смыслу ст. 9 Закона о рекламе, поскольку условием участия в Акции является приобретение определенной продукции под товарными знаками Ariel и Tide. Реклама Акции направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к возможности получения приза при условии покупки акционного товара, следовательно, реклама сообщает о проведении стимулирующего мероприятия и должна отвечать требованиям, предусмотренным ст. 9 Закона о рекламе. В рекламе Акции указаны (а) сроки проведения; и (б) источник информации об организаторе Акции, о правилах ее проведения, количестве призов, сроках, месте и порядке их получения, т.е. она содержит все необходимые элементы информации, обязательные к размещению о рекламируемом стимулирующем мероприятии согласно ст. 9 Закона о рекламе.

Таким образом, в рекламе Акции содержится вся существенная информация в соответствии с требованиями Закона о рекламе (ст. 9). Применение к рекламе стимулирующих мероприятий общей нормы ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе создает для рекламодателей правовую неопределенность, какую именно информацию о стимулирующем мероприятии следует считать существенной, к тому же норма ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе не регулирует случаи отсутствия части существенной информации о каких-либо объектах рекламирования, кроме товара, соответственно данная норма не подлежит применению к рассматриваемой рекламе и не может служить основанием для признания ее ненадлежащей.

Соответственно, реклама Акции следующего содержания «Ни много, ни мало - машинка в подарок каждому, кто найдет «золотой» мерный стаканчик»

не нарушает требования Закона о рекламе, поскольку она не содержит не соответствующие действительности сведения, является достоверной и содержит всю существенную информацию об Акции.

От ООО «Новая точка» в ходе рассмотрения дела также поступали письменные (вх.№ 10913 от 21.11.2017; вх. № 11603 от 08.12.2017), устные пояснения, а также фотографии стаканчиков. Устные и письменные пояснения аналогичны объяснениям ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания».

Дополнительно ООО «Новая точка» указало в письменных объяснениях, что в видеороликах, анонсирующих акцию и распространяемых на телевидении, содержатся краткие правила Акции, в них отсутствуют сведения о том, что для участия в Акции необходимо найти «золотой стаканчик» со стикером с кодом. Изображения «стаканчика» в рекламе также не имеет стикера с номером.

Данная информация не была включена в содержание видеоматериалов, анонсирующих Акцию, в связи с тем, что она не является существенной и не нарушает прав потребителей, в том числе, не вводит потребителей в заблуждение, а именно:

ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» при производстве всей партии акционных товаров Ariel и Tide весом от 3 кг с надписью на желтом анонсирующем стикере: «Найди внутри золотой стаканчик и выиграй машинку») обеспечило вложение в упаковки продукции «золотых стаканчиков» только одного вида, и все они были оклеены стикером с уникальным кодом (общее количество «золотых стаканчиков» - 100 шт.).

Это означает, что во всех случаях обнаружения потребителями в упаковках акционных товаров «золотого стаканчика» со стикером с кодом, они гарантированно получают приз - стиральную машину Electrolux EWS1064SAU. Таким образом, абсолютно невозможна ситуация, когда потребитель купил акционный товар, обнаружил в упаковке «золотой стаканчик» без стикера, и, отправив заявку с вложением фотографии «золотого стаканчика»

Организатору Акции на адрес: [golden\\_scoop@new-point.ru](mailto:golden_scoop@new-point.ru). получил отказ от выдачи ему Приза, со ссылкой на отсутствие стикера на «золотом стаканчике». Оклейка стикерами с уникальными кодами «золотых стаканчиков» была организована ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания», в том числе, во избежание возникновения спорных ситуаций, связанных как с потребителями, так и с другими компаниями, производящими аналогичную продукцию (стиральные порошки), в упаковках которых также могли содержаться мерные стаканчики золотистого цвета.

После проведения внутреннего расследования, включающего в себя:

- повторное рассмотрение всех электронных заявок, отправленных на

адрес [golden\\_scoop@new-point.ru](mailto:golden_scoop@new-point.ru) и содержащих фотографию «золотых стаканчиков»

- изучение рынка продукции (стиральных порошков), аналогичной той, которая участвует в Акции «Ни много, ни мало - машинка в подарок»

ООО «Новая точка» предполагает, что потребитель, написавший жалобу, предъявил в качестве доказательства мерный стаканчик, который был обнаружен им в упаковке аналогичной продукции другого (не «Проктер энд Гэмбл») производителя. Данный вывод сделан в связи с тем, что:

- на адрес [golden\\_scoop@new-point.ru](mailto:golden_scoop@new-point.ru) потребителями отправлялось много некорректных заявок с фотографиями мерных стаканчиков, содержащих выбитый логотип другого производителя (пример: Henkel) (см. Приложение 1 вх. № 10913 от 21.11.2017), и не было ни одной корректной заявки, на которую Организатор ответил отказом. В случае необходимости ООО «Новая точка» готово предоставить распечатку с перепиской с потребителями с электронного адреса [golden\\_scoop@new-point.ru](mailto:golden_scoop@new-point.ru)
- на рынке в период проведения Акции «Ни много, ни мало - машинка в подарок» реализуется продукция аналогичной категории (стиральный порошок) других производителей, в упаковки которых вложены мерные стаканчики золотистого цвета, но не такие как оригинальные стаканчики.

К тому же, в письменных пояснениях, представленных на заседание Комиссии 15 декабря 2017 года (вх. № 11603 от 08.12.2017) ООО «Новая точка» дополнило свою позицию, указав, что акция «Ни много, ни мало – машинка в подарок» - это действительно стимулирующее рекламное мероприятие условием участия в которой является приобретение определенного товара (продукция под товарными знаками Ariel и Tide весом от 3 кг, с надписью на желтом анонсирующем стикере: «Найти внутри золотой стаканчик и выиграй машинку»), и которая проводится на конкурсной основе с получением призов. К стимулирующим мероприятиям установлены специальные требования в ст. 9 Закона о рекламе, в которой указано, что основным условием участия в стимулирующем рекламном мероприятии является приобретение определенного товара.

Согласно п. 5.2 правил акции подтверждением выполнения участниками акции одного из основных условий акции, а именно подтверждением покупки товаров является кассовый чек. Требование организатора акции сохранить чек, подтверждающий совершение покупки акционной продукции не нарушает прав потребителей (участников акции), более того, выдача кассовых чек является установленной законодательством РФ обязанностью продавцов. Кассовый чек позволяет проверить добросовестность участников акции при появлении сомнений. При этом, наличие кассового чека не является условием выдачи выигрышного участником акции приза. Для получения приза необходимо корректно выполнить требования п. 8.1-8.3

правил акции, указанные ранее.

ООО «Новая точка» представило электронную переписку с участником акции (приложение к вх. № 11603 от 08.12.2017), у которого отсутствовал чек на покупку, но имелся оригинальный «золотой» стаканчик с уникальным кодом, которому был выдан приз, несмотря на отсутствие чека.

Также на заседание Комиссии 15 декабря 2017 года от ООО «Новая точка» представлен оригинальный «золотой» стаканчик, предоставленный одной из победительниц (акт приема-передачи от 28.11.2017 и оригинальный «золотой» стаканчик в материалах дела)

Дополнительно в период рассмотрения дела № 17-03-5-02/613 Управлением был направлен запрос в ООО «МЕТРО КЭШ ЭНД КЕРРИ» (исх. № 02-12/7525 от 28.11.2017) с просьбой представить сведения о поставщике порошка, приобретенного заявителем.

В ответ на запрос ООО «МЕТРО КЭШ ЭНД КЕРРИ» сообщило (вх. № 11743 от 14.12.2017), что поставщиком порошка «Ariel.Color.Automat» 6 кг, штрих-код- 5 413149 273122, поставляемого в магазин ООО «МЕТРО Кэш энд Керри» по адресу 400075, г. Волгоград, ул. Историческая, д. 164, является ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания», о чем свидетельствуют приложенные к данному ответу сопровождающие товар документы. Изготовитель – г. Новомосковск.

**Рассмотрев имеющиеся материалы дела, проанализировав все доводы сторон по делу, Комиссия Волгоградского УФАС России установила следующее.**

Согласно ст. 3 Закона о рекламе реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке.

Рассматриваемая информация, является рекламой, поскольку отвечает всем квалифицирующим признакам рекламы:

- информация распространена посредством размещения на телевидении, на продукции, в сети Интернет и т.п.;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

В качестве объекта рекламирования выступают – само стимулирующее мероприятие «Ни много, ни мало – машинка в подарок», а также стиральные

порошки Ariel «Горный родник» и «Color», Tide «Альпийская свежесть» и «Color».

В ходе рассмотрения дела рекламодателем ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» было доказано, что приз получает действительно *каждый, кто найдет «золотой» стаканчик*, так как невыигрышных «золотых» стаканчиков в акционной продукции Ariel и Tide весом от 3 кг не существует. Их количество 100 штук равно количеству призов. Коды – это дополнительная защита от недобросовестных потребителей (на каждом оригинальном «золотом» стаканчике присутствует код). Данная информация подтверждается письмами от ООО «Ти Ти Джи» от 17.11.2017, от ООО «Проктер энд Гэмбл – Новомосковск» от 17.11.2017, представленными ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» (см. материалы дела). Иного не установлено.

Кроме того, в ходе дела установлено, что в отсутствие сохранившегося у потребителя кассового чека на покупку акционного порошка, данное обстоятельство не являлось бы препятствием к получению приза, в случае, если потребитель нашел «золотой» стаканчик в упаковке порошка (см. письмо вх. № 11603 от 15.12.2017).

Таким образом, с учетом полученных в ходе дела доказательств фактического получения приза каждым потребителем, нашедшим «золотой» мерный стаканчик в акционных товарах, в ходе рассмотрения дела не нашли подтверждения признаки нарушения п. 15. ч. 3 ст. 5 Закона о рекламе (недостоверная информация о правилах и сроках проведения конкурса, игры или иного подобного мероприятия).

Согласно ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе не допускается реклама, в которой [отсутствует](#) часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Объектом рекламирования рассматриваемой рекламы выступает в том числе акция «Ни много, ни мало – машинка в подарок». Данная акция является стимулирующим мероприятием, так как условием участия в данной акции является приобретение определенной (акционной) продукции, представляющей потребителю возможность получить приз – стиральную машинку, если в данной продукции будет обнаружен оригинальный «золотой» стаканчик. Все существенные условия стимулирующего мероприятия обязательные для размещения в рекламе, установленные ст.9 Закона о рекламе, в рассматриваемой рекламе указаны.

Относительно наличия чека ООО «Проктер энд Гэмбл Дистрибьюторская компания» в ходе дела доказало, что для получения приза нет необходимости представлять чек, так как для участия в акции достаточно отправить заявку и фотографию оригинального «золотого» стаканчика на электронную почту, указанную в правилах акции (см. по тексту и в материалах дела).

Таким образом, в процессе рассмотрения дела Комиссией антимонопольного органа было установлено отсутствие фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно п. 15 ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе реклама является ненадлежащей только в случае, если не соответствует требованиям законодательства Российской Федерации.

Правилами в подп. «а» п. 36 предусмотрено, что производство по делу может быть прекращено в случае неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь подп. «а» [п. 36](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

Производство по делу № 17-03-5-02/613 прекратить.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.