

Я, Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, заместитель руководителя Управления, Никуйко Ирина Борисовна, рассмотрев рекламу алкогольной продукции с товарным знаком «MONDORO», распространяемую в ТРЦ «Ворошиловский торговый центр» в январе 2015 г.,

### **УСТАНОВИЛ:**

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 РФ о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 г. № 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 РФ о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица.

В рамках осуществления полномочий специалистами Волгоградского УФАС России было выявлено распространение 19.01.2015 г. в ТРЦ «Ворошиловский торговый центр» (г. Волгоград, ул. Рабоче-Крестьянская, д. 9Б) конструкций с информацией об алкогольной продукции с товарным знаком «MONDORO». На ограждениях второго и третьего уровня «Ворошиловского торгового центра» по периметру на участке после первого перехода на втором и третьем этажах перед лифтами имеются конструкции с рекламой алкогольной продукции с товарным знаком «MONDORO». Данные конструкции выполнены в зеленом цвете с эффектом градации цвета (переход из темно-зеленого в светлый) с изображением товарного знака «MONDORO» (Vermouth Bianco). По нижнему краю данных конструкций имеется надпись, выполненная шрифтом белого цвета следующего содержания: «Предупреждаем о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции». На одной конструкции, размещенной на ограждении на третьем этаже, имеется изображение ювелирного изделия, по форме напоминающего кольцо из металла желтого цвета, инкрустированного предположительно драгоценными камнями зеленого цвета. На следующей при движении по часовой стрелке конструкции имеется изображение верхней части закупоренной бутылки неустановленной алкогольной продукции, а также двух фужеров, наполненных прозрачной газированной жидкостью светло-желтого цвета. На следующей при движении по часовой стрелке конструкции имеется изображение ювелирного изделия, по форме напоминающего кулон из металла желтого цвета, инкрустированного крупным предположительно драгоценным камнем зеленого цвета. Также в центральной части данной конструкции имеется надпись, выполненная крупным шрифтом темно-зеленого цвета следующего содержания: «НЕКОТОРЫЕ ДРАГОЦЕННОСТИ СТАНОВЯТСЯ СИМВОЛОМ». На следующей при движении по часовой стрелке конструкции имеется изображение центральной части бутылки с этикеткой «MONDORO» (Vermouth Bianco). На одной конструкции, размещенной на

ограждении на втором этаже, в центральной ее части имеется надпись, выполненная крупным шрифтом темно-зеленого цвета, следующего содержания: «НЕКОТОРЫЕ ДРАГОЦЕННОСТИ ЛУЧШЕ ВСЕГО...СО ЛЬДОМ». На следующей при движении по часовой стрелке конструкции имеется изображение нижней части бутылки с этикеткой алкогольной продукции «MONDORO» (Asti), а также нижней части предметов столового сервиза, предположительно бокалов, изображенных на конструкции, размещенной сверху. В центральной части данной конструкции имеется надпись, выполненная крупным шрифтом темно-зеленого цвета, следующего содержания: «НЕКОТОРЫЕ ДРАГОЦЕННОСТИ СТАНОВЯТСЯ СИМВОЛОМ». На следующей при движении по часовой стрелке конструкции имеется изображение товарного знака «MONDORO». На следующей при движении по часовой стрелке конструкции имеется изображение нижней части бутылки, верхняя часть которой предположительно изображена на верхней рекламной конструкции, а также изображение стакана с жидкостью светло-желтого цвета, кубиками льда. В центре данной конструкции имеется надпись, выполненная шрифтом темно-зеленого цвета, следующего содержания: «НЕКОТОРЫЕ ДРАГОЦЕННОСТИ ЛУЧШЕ ВСЕГО...СО ЛЬДОМ». В центре данных квадратов на уровне между вторым и третьим этажом размещена рекламная конструкция в форме окружности с изображением товарного знака «MONDORO», выполненная в едином с вышеназванными рекламными конструкциями стиле и цвете. К данной конструкции снизу прикреплены округлые предметы, предположительно воздушные шары различного размера, выполненные в 4 цветах: желто-золотистом, светло-зеленом, темно-зеленом, ярко-желтом.

Факт размещения данных конструкций зафиксирован в Акте по результатам мониторинга соблюдения законодательства РФ о рекламе № 127-Р от 19.01.2015 г.

В соответствии с п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе», реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с Письмом ФАС России от 05.04.2007 г. № АЦ/4624, под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Информация, представленная на данных конструкциях, является рекламной, поскольку обладает всеми квалифицирующими признаками рекламы: размещена внутри торгово-развлекательного центра, адресована неопределенному кругу лиц-посетителей данного торгово-развлекательного центра, направлена на продвижение товара (вермута и шампанского с товарным знаком «MONDORO»).

Ст. 21 Федерального закона «О рекламе» установлены специальные требования к рекламе алкогольной продукции.

Так, ст. 2.1 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама

алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции разрешается только в стационарных торговых объектах, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. Реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда разрешается на выставках пищевой продукции (за исключением продуктов детского питания) и выставках организаций общественного питания.

Сотрудниками Волгоградского УФАС России был исследован Интернет-сайт <http://winestyle.ru/> (результаты осмотра зафиксированы в Акте осмотра Интернет-сайта № 128-Р от 20.01.2015 г.), что вино «MONDORO» Vermouth Bianco имеет объемную долю этилового спирта 15%, а Игристое вино Asti Mondoro имеет объемную долю этилового спирта 7%.

Таким образом, оба объекта рекламирования являются алкогольной продукцией с содержанием этилового спирта более 5 % объема готовой продукции.

Соответственно, реклама такой алкогольной продукции может размещаться только в стационарном торговом объекте, в котором осуществляется розничная продажа алкогольной продукции.

Фойе торгового центра, где сотрудниками Волгоградского УФАС России было зафиксировано распространение данной рекламной информации, не является стационарным торговым объектом, в котором осуществляется розничная продажа алкогольной продукции.

В силу п. 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение, в том числе, ч. 2.1. Федерального закона «О рекламе» несет рекламораспространитель, т.е. лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Поскольку в данном случае распространение данной рекламы осуществляется на территории «Ворошиловского торгового центра», рекламораспространителем является ОАО «Торговый центр» (ОРГН 1023403850360, юридический адрес: 400001, г. Волгоград, ул. Рабоче-Крестьянская, д. 9Б).

На основании п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1, 2 ст. 36 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе", в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### **ОПРЕДЕЛИЛ:**

1. Возбудить производство по делу № 15-03-21-02/19 по признакам нарушения ч. 2.1 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе".

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения ч. 2.1 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ "О рекламе": **ОАО «Торговый центр»**

(юридический адрес: 400001, г. Волгоград, ул. Рабоче-Крестьянская, д. 9Б);

**3.** Назначить дело № 15-03-21-02/19 к рассмотрению **на 10 февраля 2015 г.** в 14 часов 00 минут по адресу: г. Волгоград, ул. 7-ая Гвардейская, д.12 (каб.11, 5-й этаж, левое крыло).

**4.** ОАО «Торговый центр» **представить в срок до 09 февраля 2015 г.** в Волгоградское УФАС России следующую информацию и заверенные надлежащим образом (печатью, а также подписью должностного лица) копии документов<sup>[1]</sup>:

3.1. Учредительные документы.

3.2. Письменные объяснения по факту, послужившему основанием для возбуждения дела

3.3. Иную информацию, которую Вы считаете необходимой для полного, всестороннего и объективного рассмотрения дела.

Явка представителя лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна (при себе иметь доверенность и документы удостоверяющие личность).

---

[1] В соответствии с ч.6 ст. 19.8 КоАП РФ, непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на юридических лиц в размере от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.