

Комиссия Волгоградского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения антимонопольного законодательства в составе:

Председатель Комиссии – Никуйко Ирина Борисовна, заместитель руководителя Управления,

Член Комиссии – Демичева Ксения Александровна, старший государственный инспектор отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

Член Комиссии – Кузнецова Дарья Александровна, государственный инспектор отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

Член Комиссии – Донцов Дмитрий Александрович, специалист 1 разряда отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

Член Комиссии – Вологина Наталья Сергеевна, специалист 1 разряда отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы

рассмотрев дело № 15-03-21-02/94, возбужденное в отношении ООО «О Кей», по признакам нарушения ч. 2.1 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе" (далее ФЗ «О рекламе»)

в присутствии представителя по доверенности ООО «О Кей» - Томиленко Константина Викторовича (доверенность № ОК/14-2340 от 01.07.2014 г.)

#### **УСТАНОВИЛА:**

В соответствии с ч. 2 ст. 36 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган по собственной инициативе, представлению прокурора, обращениям органов государственной власти или органов местного самоуправления, а также по заявлениям физических или юридических лиц возбуждает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Так, сотрудниками Управления в ходе мониторинга за соблюдением законодательства о рекламе в Ворошиловском торговом центре, расположенном по адресу г. Волгоград, ул. Рабоче-Крестьянская, д. 9 «Б» было установлено распространение рекламы алкогольной продукции на магнитных рамках в магазине «О Кей», направленной на потребителей, находящихся вне стационарного торгового объекта.

По результатам мониторинга был составлен соответствующий акт № 126-Р от 19.01.2015г.

Реклама, распространяемая на магнитных арках, установленных за кассовой зоной при выходе из магазина «О Кей», имеет следующее содержание:

Вверху большим шрифтом белого цвета надпись «Миллионный фонд в банках». Ниже слева расположена большая банка пива «Золотая бочка. Классическое». Справа 10 пачек, предположительно, денежных купюр. Перед денежными купюрами крутящийся барабан с надписью, выполненной сверху вниз, - слово «Акция», в центре данного барабана расположено устройство, предположительно

кассовый аппарат из которого появляется листок, стилизованный под кассовый чек, следующего содержания: «Золотая бочка. На 01.09.2014 остаток призового фонда 10 000 000 руб. Гарантированный приз мин. 30 руб. на мобильный за мин. 2 банки. Подробности на сайте [www.promo.bochka.ru](http://www.promo.bochka.ru)». Ниже расположена информация о данной акции: «Срок проведения акции с 1 сентября по 31 декабря 2014 года. Срок регистрации кодов с 1 сентября по 31 октября 2014 года. Информацию об организаторе акции, сроках, месте и порядке их получения можно узнать на сайте [www.promo.bochka.ru](http://www.promo.bochka.ru)». Внизу предупреждение о вреде употребления алкогольной продукции.

В соответствии с п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе» реклама – это 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.

Рассматриваемая информация является рекламой, т.к.:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- распространяется на конструктивном элементе;
- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования в рассматриваемом случае является алкогольная продукция – пиво «Золотая бочка. Классическое».

В соответствии с Федеральным Законом от 22.11.1995 г. № 171-ФЗ «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции», алкогольная продукция – это пищевая продукция, которая произведена с использованием или без использования этилового спирта, произведенного из пищевого сырья, и (или) спиртосодержащей пищевой продукции, с содержанием этилового спирта более 0,5 процента объема готовой продукции, за исключением пищевой продукции в соответствии с перечнем, установленным Правительством Российской Федерации. Алкогольная продукция подразделяется на такие виды, как спиртные напитки (в том числе водка), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

Согласно ч. 2.1 ст. 21 ФЗ «О рекламе», 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.

В нарушение требований ч. 2.1 ст. 21 ФЗ «О рекламе», рассматриваемые конструкции с рекламой алкогольной продукции, с узнаваемым средством индивидуализации алкогольной продукции - пива «Золотая бочка. Классическое», имеющим в своем составе этиловый спирт более пяти процентов объема готовой продукции, размещены таким образом, что рекламная информация направлена на

потребителей *находящихся вне стационарного торгового объекта.*

В соответствии с п. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе», рекламодатель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В данном случае рекламодателем выступило ООО «О Кей», на территории торгового объекта которого расположена реклама алкогольной продукции.

Согласно ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 2.1 ст. 21 ФЗ «О рекламе».

На основании изложенного, определением от 10.02.2015 г. в отношении ООО «О Кей» было возбуждено производство по делу № 15-03-21-02/94 по признакам нарушения ч. 2.1 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» в связи с распространением рекламы алкогольной продукции – пива. Рассмотрение дела было назначено на 11 марта 2015 года.

На заседание Комиссии по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, состоявшейся 11 марта 2015 г., ООО «О Кей» объяснений по факту, послужившему основанием для возбуждения дела не представило, представитель не явился. Определение о возбуждении было получено хозяйствующим субъектом 25.02.2015 г. (Данные Почты России. Почтовый идентификатор 40097582390009). В связи с отсутствием лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, определением от 11.03.2015 г. рассмотрение дела № 15-03-21-02/94 было отложено.

На заседание Комиссии, с участием представителя по доверенности – Томиленко Константина Викторовича состоявшейся 08 апреля 2015 г., был рассмотрен ответ ООО «О Кей» на определение от 10.02.2015 г. (вх. № 2369 от 02.04.2015 г.) из содержания которого следует, что «согласно плану стационарного торгового объекта компании «ОКЕЙ» (приложение №1), граница торгового объекта проходит в 60 сантиметрах от размещения косовых линий, в 1 метре от размещения магнитных противокражных рамок, на местности визуально воспринимается по линии антрисоли, а также выделена цветом декоративного покрытия пола. Спорные рекламные конструкции – магнитные рамки – расположены в пределах границ торгового объекта и имеют своей целью привлечение внимания покупателей внутри торгового объекта, ожидающих своей очереди у кассы, производящих расчет за покупки и упаковывающих купленные товары. Таким образом, считать неправомерным размещение рекламы алкогольной продукции на магнитных рамках стационарного торгового объекта, представляется неверным».

Объяснения подписал директор по связям с государственными органами – К.К. Масленцин, полномочия которого подтверждены не были.

Комиссия подвергает сомнению указанные объяснения поскольку подписаны они лицом с неподтвержденными полномочиями, а содержание явно противоречит приложенным фотоматериалам и имеющимся в материалах дела Акту осмотра № 126-Р от 19.01.2015 г. Так, в объяснениях указано, что «граница торгового объекта проходит в 60 сантиметрах от размещения кассовой линии, в 1 метре от

размещения магнитных противокражных рамок», однако, как видно из фотоматериалов, магнитные противокражные рамки установлены к границе торгового объекта на несколько сантиметров ближе, чем кассовая зона, следовательно, магнитные противокражные рамки располагаются на расстоянии менее 60 сантиметров до границы торгового объекта. Из приложенного плана прикассовой зоны магазина «О Кей» (Приложение № 2), не представляется возможным установить точное размещение магнитных противокражных рамок.

Представитель по доверенности – Томиленко К.В. в устных пояснениях повторил объяснения, представленные в ответе на определение от 11.03.2015 г. Выполнить просьбу Комиссии, указать расположение магнитных противокражных рамок на плане прикассовой зоны, затруднился.

Одновременно представитель, ссылаясь на Акт приема-сдачи услуг № 01/09 от 30.09.2014 г. (имеется в материалах дела / представлен с письменными объяснениями в ответ на определение от 10.02.2015 г.), обратил внимание Комиссии на то обстоятельство, что подобные рекламные конструкции, размещались так же в магазинах «О Кей» других регионов России. На Вопрос Комиссии о сроках распространения рекламы, представитель не смог дать конкретного ответа.

На основании изложенного, в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств и сведений от ООО «О Кей», Комиссия решила отложить рассмотрение дела № 15-03-21-02/94, запросить у ООО «О Кей» дополнительные сведения.

Руководствуясь пунктом 34 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

### **ОПРЕДЕЛИЛА:**

1. Дело № 15-03-21-02/94 отложить.
2. Назначить дело № 15-03-21-02/94 к рассмотрению на **12 мая 2015 г. в 14 часов 00 минут** по адресу: г. Волгоград, ул. 7-ая Гвардейская, д.12 (каб.11, 5-й этаж, левое крыло).
3. ООО «О Кей» на заседание Комиссии представить следующую информацию и заверенные надлежащим образом (печатью, а также подписью должностного лица) копии документов [\(1\)](#):
  - 3.1. Приказ о назначении Директора по связям с государственными органами или иные документы, подтверждающие полномочия К.К. Масленцина;
  - 3.2. Информацию о сроках распространения рассматриваемых рекламных материалов в магазине «О Кей» в Ворошиловском торговом центре по адресу: г. Волгоград, ул. Рабоче-Крестьянская, д. 9 «Б» (с приложением подтверждающих документов);
  - 3.3. Информацию о сроках распространения рассматриваемых рекламных

материалов в магазинах «О Кей» других регионов России (с приложением подтверждающих документов);

3.4. Макет рекламы, которую в соответствии с Приложением № 40 к договору на оказание рекламных услуг № 12/12-РУ от 15.10.2012 г. между ООО «О Кей» и ООО «Русс Индор», должен был разместить ООО «О Кей»;

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

---

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 трехсот тысяч рублей.