

ООО «Завод Георгиевский. Традиции
качества»

ул. Строителей, д. 15,

г. Краснознаменск, Московская обл.,
143090

ООО «ПОС Медиа РУС»

ул. Куусинена, д. 21а,

этаж цокольный пом. Х. ком. 124,

г. Москва, 125252

ООО «Лента»

ул. Савушкина, д. 112, лит. Б,

г. Санкт-Петербург, 197374

e-mail: info@lenta.com

Заявителю – Р.

Исх. № 4024/03 от 19.07.2021

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 053/05/21-192/2021

ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
О РЕКЛАМЕ

Резолютивная часть решения оглашена 05 июля 2021 года.

Великий Новгород

В полном объеме решение изготовлено 19 июля 2021 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Новгородской области (далее – Новгородское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел о нарушениях законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

«..» – председатель Комиссии, заместитель руководителя Управления,

«..» – член Комиссии, ведущий специалист-эксперт Управления,

«..» – член Комиссии, специалист-эксперт Управления,

рассмотрев дело № 053/05/21-192/2021 от 18.03.2021 по признакам нарушения Обществом с ограниченной ответственностью «ПОС Медиа РУС» (ИНН: 7710934030, ОГРН 1137746176149, адрес местонахождения: 125252, Москва, ул. Куусинена, д. 21а, эт. цокольный пом. Х, ком. 124; далее – ООО «ПОС Медиа РУС») и Обществом с ограниченной ответственностью «ЗАВОД ГЕОРГИЕВСКИЙ.ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА» (ИНН: 5006008213, ОГРН 1027739242431, адрес местонахождения: 143090, Московская область, г. Краснознаменск, ул. Строителей, д. 15 далее – ООО «ЗАВОД ГЕОРГИЕВСКИЙ.ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА») части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителя лиц, в действиях которых содержится признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе:

- рекламодателя - ООО «ПОС Медиа РУС» -

- рекламодателя - ООО «ЗАВОД ГЕОРГИЕВСКИЙ.ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА» -

в отсутствие представителей:

заявителя – физического лица – Р. и заинтересованного лица: Общества с ограниченной ответственностью «Лента» (ИНН 7814148471, ОГРН 1037832048605, 197374, г. Санкт-Петербург, ул. Савушкина, д. 112, лит. Б; далее – ООО «Лента»), которые надлежащим образом уведомлены о месте и времени

рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

03.02.2021 в Новгородское УФАС России из УМВД России по городу Великий Новгород поступило заявление физического лица Р. о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении в торговом комплексе (гипермаркете) «Лента», расположенного по адресу: г. Великий Новгород, ул. Псковская, д. 33 рекламы с изображением алкогольной продукции (водки «Медная лошадка») с использованием рекламной конструкции, размещенной при входе в торговый зал гипермаркета.

Из Заявления следует, что размещенная 28.12.2020 по вышеуказанному адресу рекламная конструкция с изображением алкогольной продукции не соответствует требованиям законодательства о рекламе, поскольку не содержит в каждом случае предупреждение о вреде потребления алкогольной продукции.

Кроме того, в Заявлении также были приведены доводы о том, что спорная реклама представляет вред для детей и не может в принципе размещаться за пределами торгового комплекса.

Данные доводы Заявления несостоятельны, поскольку содержание рекламы не адресовано и не обращается к несовершеннолетним, а сама рекламная конструкция расположена в пределах площади помещений, занимаемых гипермаркетом «Лента» (на входе непосредственно в торговый зал).

Вместе с тем доводы Заявления об отсутствии в спорной рекламе надлежащего предупреждения о вреде алкогольной продукции заслуживали внимания.

В результате рассмотрения Заявления по существу и изучения дополнительно собранных доказательств установлено следующее.

Пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе определено, что 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе под объектом рекламирования понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара,

результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие на привлечение внимания к которым направлена реклама; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот. Товар представляет собой продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В [части 4 статьи 2](#) Закона о рекламе закреплено, что специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным [законом](#) в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным [законом](#) установлены специальные требования и ограничения.

В соответствии с [пунктом 7 статьи 2](#) Федерального закона № 171-ФЗ от 22.11.1995 «О государственном регулировании производства и оборота этилового спирта, алкогольной и спиртосодержащей продукции и об ограничении потребления (распития) алкогольной продукции» алкогольная продукция - 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, коньяк), вино, фруктовое вино, ликерное вино, игристое вино (шампанское), винные напитки, пиво и напитки, изготавливаемые на основе пива, сидр, пуаре, медовуха.

В пункте 16 письма Президиума Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор Практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» указано, что информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Согласно части 2.1 статьи 21 Закона 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. 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.

В соответствии с частью 3 статьи 21 Закона о рекламе реклама

алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Согласно [письму](#) ФАС России от 20.02.2015 N АК/7749/15 «О рекламе алкогольной продукции» предупреждение о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции должно быть выполнено таким образом и длиться такое время, чтобы потребители могли воспринять данное предупреждение (в противном случае реклама признается распространенной без соответствующего предупреждения).

Как следует из приложенных к Заявлению материалов (фотографий) 28.12.2020 при входе в торговый зал торгового комплекса (гипермаркета) «Лента» расположенного по адресу: г. Великий Новгород, ул. Псковская, д. 33, была размещена рекламная конструкция с рекламой алкогольной продукции, а именно реклама водки с наименованием «Медная лошадка».

В нижней части данной конструкции было размещено предупреждение о вреде ее чрезмерного потребления.

Однако, с учетом площади данной рекламной конструкции, расположения рекламной информации не только в нижней но и верхней части конструкции, и расположения, размера и манеры использования указанного предупреждения, такое предупреждение фактически не воспринимается потребителями, в связи с чем является ненадлежащим.

Таким образом, вышеуказанная реклама алкогольной продукции, размещенная в конце 2020 года в торговом комплексе «Лента», расположенного по адресу: г. Великий Новгород, ул. Псковская, д. 33, имеет признаки нарушения части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей. Ненадлежащая реклама не допускается.

Как следует из представленных материалов, указанная рекламная конструкция расположена в гипермаркете «Лента».

Согласно информации представленной Министерством промышленности и торговли Новгородской области хозяйствующим субъектом, действующим на рынке под торговым обозначением «Лента», владеющим торговым предприятием с соответствующим наименованием расположенным, по адресу: г. Великий Новгород, ул. Псковская, д. 33, и реализующим в нем алкогольную продукцию на основании лицензии на осуществление розничной продажи алкогольной продукции № 53РПА0000145 от 19.11.2019 является Общество с ограниченной ответственностью «Лента» (ИНН: 781414847, 197374, г. Санкт-Петербург, ул. Савушкина, д. 112, лит. Б).

24.03.2021 в Новгородское УФАС России (вх. № 1694 от 24.03.2021) поступило письмо ООО «Лента» (исх. № 4/21-ФАС от 23.03.2021) о предоставлении информации, запрошенной в определении Новгородского УФАС России о возбуждении дела № 053/05/21-192/2021 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (исх. № 1383/03 от 18.03.2021 Новгородского УФАС России).

Согласно представленной информации ООО «Лента» не располагает документально подтвержденной и полной информацией по факту размещения в торговом центре (гипермаркет) «Лента» расположенного по адресу: г. Великий Новгород, ул. Псковская, д.33, рекламы с изображения алкогольной продукции (водки «Медная лошадка»), а именно: надлежащим образом заверенными копиями договоров на размещение (распространение) данной рекламной конструкции, копиями счетов об оплате за размещение данной рекламной конструкции, копиями документов, подтверждающих оплату по счетам за размещение рекламной конструкции, информацией относительно общей площади рекламной конструкции и информационной части предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции, поскольку ООО «Лента» не является рекламодателем и рекламораспространителем спорной рекламы.

ООО «Лента» также указало, что по имеющейся информации, полученной от рекламораспространителя — ООО «ПОС Медиа РУС» срок размещения в торговом центре (гипермаркете) «Лента» рассматриваемой рекламы с 01.12.2020 по 31.12.2020, заказчиком рассматриваемой рекламы (реklamодателем) является ООО «ЗАВОД ГЕОРГИЕВСКИЙ.ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА».

Кроме того, между ООО «Лента» и ООО «ПОС Медиа РУС» заключен договор о предоставлении права на размещение рекламы от 14.11.2014, согласно которому ООО «Лента» предоставляет ООО «ПОС Медиа РУС» право на продажу и размещение рекламных носителей в магазинах ООО «Лента».

Согласно пункту 2.2 вышеуказанного договора в редакции Дополнительного соглашения № 6 от 09.08.2019 в новых магазинах, не указанных в Приложении № 1 на момент вступления в силу договора, но которыми ООО «Лента» владеет или которые арендует, ООО «ПОС Медиа РУС» автоматически предоставляется право на продажу и размещение рекламных носителей.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных [частями 2 - 8, 10.4 и 12 статьи 5, статьями 6 - 9, частями 4 - 6 статьи 10, статьей 12, частью 3 статьи 19, частями 2 и 6 статьи 20, частями 1, 3, 5 статьи 21, статьями 24 и 25, частями 1 и 6 статьи 26, частями 1 и 5 статьи 27, статьями 28 - 30.2](#) настоящего Федерального закона.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 3 части 4, пунктом 6 части 5, частями 9 - 10.3, 12 статьи 5, статьями 7 - 9, 12, 14 - 18, частями 2 - 4 и 9 статьи 19, частями 2 - 6 статьи 20, частями 2 - 5 статьи 21, частями 7 - 9 статьи 24, статьей 25, частями 1 - 5 статьи 26, частями 2 и 5 статьи 27, частями 1, 4, 7, 8, 11 и 13 статьи 28, частями 1, 3, 4, 6 и 8 статьи 29, частями 1 и 2 статьи 30.1 настоящего Федерального закона.

Таким образом, из совокупности материалов дела следует, что рекламодателем – владельцем вышеуказанной рекламной конструкции, является ООО «ПОС Медиа РУС», а заказчиком рассматриваемой рекламной конструкции является ООО «ЗАВОД ГЕОРГИЕВСКИЙ.ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА».

На основании вышеизложенного, определением от 19.04.2021 (исх. № 2056/03 от 21.04.2021 Новгородского УФАС России) рекламодатель – ООО «ПОС Медиа РУС» и заказчик - ООО «ЗАВОД ГЕОРГИЕВСКИЙ.ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА» были признаны лицами, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе.

Из письменных (вх. № 5007 от 31.05.2021 Новгородского УФАС России) и устных объяснений, данных представителями заказчика - ООО «ЗАВОД ГЕОРГИЕВСКИЙ.ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА» на заседании Комиссии следует, что действительно между ООО «ЗАВОД ГЕОРГИЕВСКИЙ.ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА» и ООО «ПОС Медиа РУС» был заключен договор оказания услуг № 35446-19 от 01.10.2019, в соответствии с которым исполнитель оказывает услуги Обществу услуги по продвижению товаров, в том числе бронирование и последующая организация размещения рекламно-информационных материалов (РИМ), изготовление РИМ, их доставка до места фактического размещения, монтаж, техническое обслуживание и фотомониторинг РИМ, демонтаж, вывоз, утилизация РИМ и т.п (далее – Договор).

Услуги по размещению указанной рекламной конструкции «Медная Лошадка» оказывались на основании Приложения № 17 от 20.11.2020 к Договору. Согласно пункту 1.2 указанного Приложения изготовление и монтаж рекламной конструкции относились к обязанностям ООО «ПОС Медиа РУС».

В соответствии с частью 3 статьи 21 Закона о рекламе реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

В рассматриваемом случае рекламная конструкция исполнена в виде арки, в нижней части которой присутствует надпись: «Чрезмерное употребление алкоголя вредит вашему здоровью», причем данная надпись нанесена на

каждую сторону арки и выполнена заглавными буквами контрастным фоном черным цветом.

То есть способ и место нанесения предупредительных надписей обеспечивают возможность легкого прочтения и восприятия данного предупреждения потребителем, находящимся с любой стороны рекламной конструкции.

Общая площадь рекламной конструкции составляет 15,95 кв. м, а площадь предупредительной надписи составляет 1,6 кв. м, что составляет 10,03 % от площади рекламного пространства.

Таким образом требования норм законодательства о рекламе были соблюдены.

Согласным письменным объяснениям рекламодателя - ООО «ПОС Медиа РУС» (исх. № б/н от 31.05.2021) и дополнения к ним (вх. № 5391 от 11.06.2021 и № 5879 от 01.07.2021 Новгородского УФАС России) при размещении рассматриваемой рекламной конструкции были соблюдены все требования о размещении в рекламе текста предупреждения о вреде чрезмерного употребления алкогольной продукции (размер текста предупреждения от общей рекламной площади (пространства) соответствует требованиям законодательства о рекламе).

Кроме того, на внутренней стороне рекламной конструкции (ноги) размещены технические отверстия, предназначенные для корректной работы рамки безопасности, на которую ставится непосредственно рекламная конструкция, следовательно, разместить текст предупреждения на вышеуказанных местах (участках) не представляется возможным в силу технического устройства рекламной конструкции. Таким образом, единственное место (участка) возможного размещения текста предупреждения в данном случае находится в нижней части рекламной конструкции («ноги»).

Исследовав материалы дела и оценив доводы рекламодателя - ООО «ПОС Медиа РУС» и рекламодателя - ООО «ЗАВОД ГЕОРГИЕВСКИЙ.ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА», Комиссия приходит к следующим выводам.

Как указывалось выше, реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Учитывая площадь данной рекламной конструкции, расположение рекламной информации не только в нижней но и верхней части конструкции, и расположения, размера и манеры использования указанного предупреждения, такое предупреждение фактически не воспринимается

потребителями, в связи с чем является ненадлежащим.

Фактически данная рекламная конструкция состоит из несколько отдельных сборных элементов, а именно вертикальной конструкции («ноги») и горизонтальной конструкции («топера»), причем содержание рекламной информации в нижних и верхних частях конструкции отличается.

Следовательно, исходя из вышеуказанных положений Закона о рекламе, предупреждению о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции в каждом случае должно было быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Нанесенное на уровне пола предупреждение менее заметно и заведомо хуже воспринимается потребителем, чем исполненное в верхней части конструкции на высоте 2 метров, т.е. несущественно выше уровня глаз человека среднего роста.

Таким образом, для надлежащего восприятия потребителем на каждом конструктивном элементе должно быть отведено не менее чем десять процентов данного пространства для предупреждения о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

При рассмотрении настоящего дела Комиссия также учитывает, правовую позицию ФАС России, выраженную в Письме от 11.06.2021 № АК/49527/21, направленном по запросу Новгородского УФАС России, в котором ФАС России указывает, что в рассматриваемой рекламной конструкции имеются признаки нарушения части 3 статьи 21 Закона о контрактной системе.

Учитывая изложенное, при распространении рассматриваемой рекламы было допущено нарушение части 3 статьи 21 Закона о рекламе, выразившееся в ненадлежащем указании на рекламной конструкции с изображением алкогольной продукции (водки «Медная лошадка») информации (предупреждения) о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции.

Довод рекламодателя – ООО «ПОС Медиа РУС» относительно невозможности размещения в другом месте на нижней части рекламной конструкции («ноги») текста предупреждения, поскольку на вышеуказанных местах размещены технические отверстия, предназначенные для корректной работы рамки безопасности, является несостоятельным, поскольку объектом рассмотрения настоящего дела являлась верхняя часть рекламной конструкции.

Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в данном случае не выдается в связи с добровольным прекращением распространения ненадлежащей рекламы.

В материалах дела имеются доказательства прекращения размещения данной рекламной конструкции.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу рекламодателя - Общества с ограниченной ответственностью «ЗАВОД ГЕОРГИЕВСКИЙ.ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА» (ИНН: 5006008213, ОГРН 1027739242431, адрес местонахождения: 143090, Московская область, г. Краснознаменск, ул. Строителей, д. 15 далее – ООО «ЗАВОД ГЕОРГИЕВСКИЙ.ТРАДИЦИИ КАЧЕСТВА») и рекламораспространителя - Общества с ограниченной ответственностью «ПОС Медиа РУС» (ИНН: 7710934030, ОГРН 1137746176149, адрес местонахождения: 125252, Москва, ул. Куусинена, д. 21а, эт. цокольный пом. X, ком. 124; далее – ООО «ПОС Медиа РУС»), размещенную в декабре 2020 года в торговом комплексе (гипермаркете) «Лента», расположенного по адресу: г. Великий Новгород, ул. Псковская, д. 33, с изображением алкогольной продукции (водки «Медная лошадка») с использованием рекламной конструкции, размещенной при входе в торговый зал гипермаркета, поскольку в ней нарушены требования части 3 статьи 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать в связи с добровольным прекращением распространения ненадлежащей рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Новгородского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Члены Комиссии

«.»

«..»

Решение может быть обжаловано в судебном порядке в течение трех месяцев со дня его принятия.