

РЕШЕНИЕ по делу № 016/05/7-742/2023 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

Исх. №ВЧ-08/7800 от 28.07.2023

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...> – (должностное лицо)  
Члены Комиссии: <...> – (должностное лицо)  
<...> – (должностное лицо)

рассмотрев материалы дела в отношении <...> по факту распространения рекламы бонгов и изображения кальяна на улице Баумана возле дома № 72, а также во дворе дома №70 по ул. Баумана, г. Казани, что имеет является нарушением части 6 статьи 5 и пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление, Татарстанское УФАС России) на рассмотрение поступило обращение <...> (вх.№ 2058/ж от 01.03.2023г.) по факту распространения рекламы бонгов (устройство для потребления никотиносодержащей продукции) и изображения кальяна на улице Баумана возле дома № 72, а также во дворе дома №70 по ул. Баумана, г. Казани (координаты: 55.788681, 49.117420).

Изображения представлены ниже:

<...>

В целях установления хозяйствующего субъекта, осуществляющего деятельность по указанному адресу, был направлен запрос Управление Федеральной налоговой службы по Республике Татарстан (далее- УФНС по РТ).

Согласно ответу УФНС по РТ, в магазине «Марлей», расположенном по адресу: г. Казань, ул. Баумана, д. 72, деятельность осуществляет индивидуальный предприниматель <...>.

Согласно информации, представленной в Едином государственном реестре индивидуальных предпринимателей, одним из дополнительных видов деятельности <...> является торговля розничная табачными изделиями в специализированных магазинах.

В целях проверки факта размещения указанной конструкции, сотрудником Управления был осуществлён выезд по адресу: РТ, г. Казань, ул. Баумана, д. 72.

При входе внутрь торгового объекта на одной из входной двери размещена надпись «-Бонги -Бумага бланты -Трубки -СВД продукция -Чай кофе», с изображением полуобнаженного женского тела в откровенной позе.

Изображение представлено ниже:

<...>

1. На рекламной конструкции указано слово «бонги» с изображением классического стеклянного бонга.

Согласно информации из общедоступной сети Интернет, классический стеклянный бонг- это продолговатая вытянутая цилиндрическая колба, сверху венчающаяся горлом, снизу расширяющаяся резервуар для жидкости. Бонг (от тайского - «бамбуковая трубка», также водяная трубка, бульбулятор или бальбулятор) - устройство для курения конопли и табака. Как правило, представляет собой небольшой сосуд, частично заполненный водой, с конусообразным отсеме для тления конопли. Бонг курят через горлышко сосуда, при этом вдыхаемый дым проходит через воду и благодаря этому охлаждается. Популярность бонгов среди курильщиков конопли связана с тем, что данный способ курения обеспечивает попадание в лёгкие курильщика большей дозы тетрагидроканнабинола, чем при использовании сигарет (джойнтов) и курительных трубок. При этом также возрастает поступление в лёгкие смол и других вредных веществ. В 99% случаев бонги, мини-трубки и другие подобные атрибуты могут быть использованы для курения наркотических средств.

Запрет на рекламу курительных принадлежностей введен в Закон о рекламе Федеральным законом от 21.10.2013 № 274-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях и Федеральный закон «О рекламе» в связи с принятием Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака». Согласно пояснительной записке к проекту Закона о внесении изменений данный проект подготовлен в целях установления административной ответственности за нарушение норм и правил, предусмотренных Федеральным законом «Об охране здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», направленным на совершенствование законодательства в сфере охраны здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака с учетом положений Рамочной конвенции Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака для совершенствования обеспечения охраны таких основополагающих прав граждан, как право на охрану здоровья и право на благоприятную окружающую среду (статьи 41 и 42 Конституции Российской Федерации).

Таким образом, установленный запрет направлен на пресечение распространения рекламы товаров, прямо или косвенно относящихся к потреблению табака, а равно направлен на ограждение неопределенного круга лиц-потребителей рекламы от рекламы продукции, которая вредит их здоровью.

Согласно части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного

наследия, включенных в Список всемирного наследия.

В силу пункта 5 части 4 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама не должна содержать информацию порнографического характера.

Понятие информации порнографического характера содержится в статье 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», под которой понимается информация, представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера.

Соответственно, в случае выявления в рекламе информации, подпадающей под указанное описание, такая реклама должна признаваться нарушающей пункт 5 части 4 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

При этом информация, содержащая изображение и демонстрацию полуобнаженного женского тела, нарушает традиционно сложившиеся в обществе нравственные нормы, кроме того, такая демонстрация является неприличной и оскорбительной, поскольку противоречит правилам приличия, нормам общественной морали и нравственности, умаляет достоинство женщины.

Совокупность всех элементов зрительного воздействия на потребителя рекламы: откровенная поза женщины в рекламе, степень обнаженности (что проявляется в одежде и позе женщины), свидетельствует о том, что используемые в рекламе изображения, в том числе полуобнаженных женских тел, являются непристойными и оскорбительными.

Учитывая, что образ обнаженной женщины для некоторой категории граждан в силу религиозных, философских, политических и иных убеждений является оскорбительным, рассматриваемая реклама носит эротический характер и ограничивает потенциального потребителя рекламы в возможности ее игнорировать.

Кроме того, стоит отметить, что улица Баумана в городе Казани является одной из центральных улиц, пешеходной зоной, которую посещает большое количество людей, в том числе дети. Рядом с указанным зданием находятся жилые здания, Колокольня, Собор, каждый день около дома проходят много людей с детьми.

Согласно части 1 статьи 3 Закона «О рекламе», под рекламой понимается 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. Тем самым признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, формировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В силу пункта 1 части 1 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ в целях сокращения спроса на табак, табачные изделия, никотинсодержащую продукцию, устройства для потребления никотинсодержащей продукции, кальяны запрещаются реклама и стимулирование продажи табака, табачной продукции

или никотинсодержащей продукции, устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов, стимулирование потребления табака или никотинсодержащей продукции.

В соответствии с частью 5 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ запрет рекламы табака, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

В силу пункта 8 статьи 7 Закона «О рекламе» не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов.

В соответствии с частью 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» 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.

Таким образом, реклама с изображением кальяна, а также рекламной конструкции с изображением бонгов, размещенных магазином «Марлей» по адресу: г. Казань, ул. Баумана, д. 72, специализирующегося на реализации электронных сигарет, табака, кальянов, посредством которой стимулируются продажи такой продукции, как табак, электронных сигарет, кальянов и аксессуаров к ним, не допустимо.

Учитывая изложенное, из имеющихся материалов усматривается, что рассматриваемая информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения в общественном месте- ул. Баумана;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – табаку, формирование или поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Таким образом, совокупность указанной в рекламе информации привлекает интерес к деятельности магазина и реализуемому в нём товару (курительными принадлежностями) и по своему содержанию и формату размещения направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к ассортименту реализуемой им продукции, с целью продвижения товаров.

Рассмотрение дела состоялось в присутствии представителя <...> по доверенности.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе», ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям пунктом 8 статьей 7,

частью 6 статьей 5 Закона «О рекламе», несёт рекламодаделец.

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона «О рекламе», ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Частью 8 статьей 38 Закона «О рекламе» предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с пунктом 5 статьей 3 Закона «О рекламе», рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона «О рекламе», рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно пункту 6 статьи 3 Закона «О рекламе», рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Из имеющихся материалов усматривается, что рекламопроизводителем, рекламопроизводителем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является <...>.

На основании вышеизложенного, нарушение допущено ИП <...>.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган, в целях прекращения дальнейшего нарушения, выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Таким образом, Комиссия Татарстанского УФАС России, учитывая совокупность имеющихся доказательств, Управление приходит к выводу о нарушении ИП <...> требований пункта 8 статьи 7 и части 6 статьи 5 Закона «О рекламе».

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, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную индивидуальным предпринимателем <...> рекламы никотинсодержащей продукции магазина «Марлей» на улице Баумана, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 и пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

2. Рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем признать ИП <...>.
3. ИП <...>. выдать предписание о прекращении нарушения Закона «О рекламе».
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.
5. Решение изготовлено в полном объеме 28 июля 2023 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

Члены Комиссии:

<...> – (должностное лицо)

<...> – (должностное лицо)