

ИП Б.

**ФЕДЕРАЛЬНАЯ  
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

**УПРАВЛЕНИЕ**

**Федеральной антимонопольной службы**

**по Оренбургской области**

Адрес места нахождения: г.Оренбург, ул.  
Краснознаменная, 22

Точтовый адрес: 460046, г.Оренбург, ул. 9 Января, 64

тел. (3532) 78-66-17, факс (3532) 77-80-70

е-mail: [to56@fas.gov.ru](mailto:to56@fas.gov.ru)

\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_  
На № \_\_\_\_\_ ОТ \_\_\_\_\_

**РЕШЕНИЕ по делу № 056/05/7-353/2021**

Резолютивная часть решения объявлена «17» мая 2021 года.

Решение изготовлено в полном объеме «19» мая 2021 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области (далее по тексту – Комиссия, Оренбургское УФАС)

ссии) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председателя Комиссии, заместителя руководителя Управления начальника отдела антимонопольного и рекламного контроля общественных связей;

члена Комиссии, специалиста – эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

члена Комиссии, специалиста – эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей;

отсутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе – ИП Б., извещенного надлежащим образом о времени и месте рассмотрения дела, ходатайств не заявляло,

рассмотрев дело № 056/05/7-353/2021, возбужденное в отношении ИП Б. (ИНН) по признакам нарушения требований, установленных частью п.1 ч. 3 ст. 5 и п. 8 ст. 7 Федерального Закона Российской Федерации «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 года (далее по тексту – ФЗ «О рекламе», № 38) выразившихся в рекламе, распространяемой в доме по адресу Оренбург, пр. Гагарина, д. 21/7 в месте нахождения магазина кальянов «Dopamine family»,

### **УСТАНОВИЛА:**

сотрудниками Оренбургского УФАС России 08 февраля 2021 года проведена проверка рекламы, распространяемой на территории г. Оренбурга на предмет соответствия требованиям, установленным ФЗ «О рекламе».

в ходе проверки установлено, что в доме по адресу г. Оренбург, пр. Гагарина, д. 21/7 находится магазин кальянов «Dopamine family». На фасаде здания установлен натяжной баннер со следующей текстовой информацией: «Самая большая сеть – самые доступные цены. Trade-in кальянов. Кальяны от 2990р. В правом нижнем углу указана страница магазина в социальной сети «Instagram» dopamine\_56. Режим работы: ежедневно 12:00 – 00:00».

по результатам рассмотрения материалов в действиях Б. (ИНН)

отмечены признаки нарушения п.1 ч. 3 ст.5 и п. 8 ст. 7 ФЗ «О рекламе».

Оренбургским УФАС России в отношении ИП Б. возбуждено дело № 16/05/7-353/2021. Определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе от 07.04.2021г. дело назначено к рассмотрению на 26 апреля 2021 года в 12:00. В связи с необходимостью выяснения дополнительных обстоятельств, рассмотрение дела было отложено на 17 мая 2021г. в 11:00.

17 мая 2021г. ИП Б. на заседание Комиссии не явился, доказательства подлежащего извещения в материалах дела имеются.

При исполнении определения о возбуждении дела ИП Б. представил письменные пояснения, в которых указывает, что Дофамин самая большая сеть, поскольку в г. Оренбург находится 11 магазинов и у конкурентов нет такого количества магазинов по городу. Самые доступные цены – поскольку закупка товара осуществляется оптом, в связи с чем есть возможность сделать цены доступными. Относительно системы Trade-in Кальянов указано, что магазин Кальянов «Doramine mily» первые запустили данную систему. Документов, подтверждающих вышеуказанные факты, представлено не было.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

Информация, распространяемая на баннере, имеет все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц, преследует строго указанные цели информирования: продвижение на рынке, призвана сформировать и поддерживать интерес к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

Оренбургским УФАС России установлено, что вышеуказанная информация, подпадает под понятие рекламы в соответствии со статьей ФЗ «О рекламе».

Следовательно, требования Закона о рекламе распространяются на данную рекламную информацию.

Анализ представленных материалов и действующего законодательства показал следующее.

Согласно части 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими производителями.

Информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Согласно, пункта 29 постановления Пленума Высшего арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах. В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с другими товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение. Данное объективное подтверждение может быть установлено победой в конкурсе, экспертным исследованием, независимой экспертизой, независимым опросом анкетированием потребителей. Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими производителями.

В рассматриваемой рекламе использовалось утверждение «Самая большая сеть, самые доступные цены», которое в силу постановления Пленума должно приводиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Наличие утверждений о рекламируемом товаре, как имеющем статус «самый большой, самые доступные» перед другими товарами, необходимо наличие оснований, позволяющих судить о таком превосходстве, в рассматриваемой рекламе подобных оснований не имеется.

ким образом, в рассматриваемой рекламе нарушен пункт 1 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

соответствии с частью 1 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2013 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», установлен запрет рекламы и стимулирования продажи табака, спонсорства табака, в целях сокращения спроса на табак и табачные изделия.

Согласно Федеральному закону от 24.04.2008 № 51-ФЗ «О присоединении Российской Федерации к Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака» Российская Федерация присоединилась к Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака от 21.05.2003, в которой определено, что под стимулированием продажи табака, табачной продукции или табачных изделий и (или) потребления табака подразумевается любая передача коммерческой информации, рекомендации или действие с целью, результатом или вероятным результатом которых является стимулирование продажи табачного изделия или употребления табака, прямо или косвенно.

Силу пункта 8 статьи 7 Федерального 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 употребления никотинсодержащей продукции, кальянов.

Оказанная информация на баннере в совокупности с наименованием магазина, а также предложением услуг по Trade-in и по продаже кальянов, привлекает интерес потребителей к деятельности торговой точки по продаже курительных принадлежностей, дает явное представление о реализации прибора для курения - кальяна, принадлежностей к нему и по своему содержанию и формату размещения направлена на привлечение внимания всех посетителей данной торговой точки, и поддержание интереса, как к продавцу, так и к предлагаемым им сопутствующим услугам по эксплуатации кальяна.

ким образом, при распространении рекламы с содержанием: «Самая большая сеть - самые доступные цены. Trade-in кальянов. Кальяны от 190р. В правом нижнем углу указана страница магазина в социальной сети «Instagram» dopamine\_56. Режим работы: ежедневно 12:00 - 00:00» в том числе нарушен п. 8 ст. 7 ФЗ «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований пункта 1 части 3 статьи 5 закона несет рекламодатель.

соответствии с частью 6 и частью 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе», ответственность за нарушение требований пункта 8 статьи 7 закона несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

Согласно п 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе» под рекламодателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В смысле п. 7 ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Оренбургским УФАС России в рамках проведения проверки, при просмотре уголка потребителя в магазине кальянов «Doramine family» установлено, что предпринимательскую деятельность осуществляет Б. (ИНН).

Исходя из вышеизложенного, рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы следует считать ИП Б. (ИНН).

На момент принятия Комиссией решения доказательств, свидетельствующих о том, что реклама, по адресу г. Оренбург, пр. Гагарина, д. 21/7 больше не распространяется в Оренбургское УФАС России не поступало.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 - 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства Российской Федерации № 1922 от 24.11.2020 г., Комиссия,

#### РЕШИЛА:

Признать рекламу, распространяемую в доме на фасаде здания по адресу г. Оренбург, пр. Гагарина, д. 21/7: «Самая большая сеть – самые доступные цены. Trade-in кальянов. Кальяны от 2990р. В правом нижнем углу указана страница магазина в социальной сети «Instagram» doramine\_56. Режим работы: ежедневно 12:00 – 00:00» ненадлежащей, нарушающей требования п.1 ч. 3 ст.5 и п. 8 ст. 7 ФЗ «О рекламе».

ИП Б. (ИНН) выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Передать материалы дела № 056/05/7-353/2021 уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в порядке, установленном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии