

РЕШЕНИЕ

по делу № 027/05/7-1286/2023

20 сентября 2023 года
Хабаровск

Г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

врио руководителя управления;

Члены Комиссии:

главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 027/05/7-1286/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ИП * рекламы с нарушением требований пункта 8 статьи 7 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии ИП *,

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении контрольного (надзорного) мероприятия Управлением Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю 15 августа 2023 года зафиксировано размещение рекламы табака, табачной продукции, курительных принадлежностей на внешних стенах торгового киоска, расположенного в г. Хабаровске, недалеко от жилого дома по улице Ладожская, 25.

Фиксация рекламы произведена фотоаппаратом (модель SONY DSC-HX300).

В ходе проведения контрольного (надзорного) мероприятия установлено, что на внешних стенах торгового киоска (магазина) распространяется информация в виде следующих изображений: HQD, Spectrum, Masthave Undercoal, Element, Sebero, Darkside, Brusko, Duff, Smoant.

Пунктом 1 статьи 3 ФЗ «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.

Объектом рекламирования, в силу пункта 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе», могут выступать товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Таким образом, для признания информации рекламой такая информация должна отвечать определенным признакам, а именно: быть распространенной; адресованной неопределенному кругу лиц; направленной на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему; направленной на продвижение объекта рекламирования на рынке.

В соответствии с пунктом 2 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Закона о рекламе» размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и

поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака).

Распространенные на внешних стенах магазина по указанному выше адресу обозначения:

- Sebero, Element, Darkside, Spectrum, Masthave, Duft являются названиями марок табака для кальянов;

- HQD, Smoant являются названиями марок электронных сигарет;

- Darkside зарегистрировано в качестве товарного знака по классу 34 в отношении табака, табака для кальяна (свидетельство № 599750).

Анализ изображений на внешних стенах указанного выше торгового павильона, показал, что помимо сведений, обязательных к размещению в силу закона, обычаев делового оборота (название магазина, режим работы, сведения о лице, осуществляющем деятельность в торговой точке) также размещены сведения рекламного характера, а именно: обозначения наименований марок табака, табака для кальянов и электронных сигарет. Распространенная информация направлена на привлечение внимания потребителей к деятельности торгового заведения по продаже табачной, кальянной продукции и курительных принадлежностей магазина кальянов и поддержания интереса к нему как к продавцу, так и к ассортименту реализуемой им продукции.

Следовательно, рассматриваемая информация является рекламой табачной, кальянной продукцией и курительных принадлежностей.

Действие рассматриваемой рекламы направлено привлечение внимания к неограниченному количеству лиц, в том числе тех, кто не является потребителями такой продукции (например, несовершеннолетние), поскольку размещение рекламы табачной, кальянной продукции и курительных принадлежностей способом, обеспечивающим ее свободное восприятие (внешние стены торгового павильона), делают такую рекламу доступной для этих лиц.

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, в которой определено, что под рекламой и стимулированием продажи табака,

табачной продукции или табачных изделий и (или) потребления табака подразумевается любой вид передачи коммерческой информации, рекомендации или действие с целью, результатом или вероятным результатом которых является стимулирование продажи табачного изделия или употребления табака, прямо или косвенно.

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.

В соответствии с требованиями пункта 8 статьи 7 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Таким образом, реклама, размещенная на фасаде магазина кальянов, расположенного в г. Хабаровске, недалеко от жилого дома по улице Ладожская, д. 25, нарушает требования пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе и является ненадлежащей.

На рассмотрение дела № 027/05/7-1286/2023 ИП * представил письменные пояснения (вх. от 20.09.2023 № 14899/23), из которых следует, что в размещенной на внешней стене торгового киоска рекламе отсутствует объект рекламирования, поскольку отсутствуют изображения продаваемого товара и не содержит демонстрацию процессов курения табака или потребления никотиносодержащей продукции. Указанные на фасаде здания обозначения марок табачной продукции известны узкому кругу потребителей и не могут быть адресованы неопределенному кругу лиц.

Данные доводы отклоняются по изложенным выше обстоятельствам.

Частями 6, 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя и рекламораспространителя за нарушение требований пункта 8 статьи 7 настоящего Федерального закона.

Установлено, что деятельность по реализации табачной продукции в магазине кальянов, расположенного в г. Хабаровске, недалеко от жилого дома по улице Ладожская, д. 25, осуществляет ИП * .

Таким образом, рекламодателем и рекламораспространителем рекламы, лицом в чьих интересах размещается реклама, является ИП *

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛ:

1. Признать ненадлежащей рекламу табака, табачной продукции, курительных принадлежностей, распространяемую ИП * на внешних стенах торгового киоска, расположенного в г. Хабаровске, недалеко от жилого дома по улице Ладожская, 25, поскольку в ней нарушены требования пункта 8 статьи 7 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП* обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 4 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации (в трехмесячный срок).