

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/7-174/2023

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«30» марта 2023 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «28» марта 2023 года

Полный текст решения изготовлен: «30» марта 2023 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя- начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

член Комиссии – главный государственный инспектор отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>.

рассмотрев № 012/05/7-174/2023, возбужденное по признакам нарушения пункта 8 статьи 7, пункта 3 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» в отношении ИП Ч. по факту распространения рекламы «Tasty Town Вейп/Кальяны «кльяны ждиксоти, элкртное сгиратеы, rod- системы, элитный чай» с изображением товарного знака, дыма (пара) и процесса курения, со ссылками на страницы в социальных сетях по адресу по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 103, корп. 1 (остановочный павильон), в отсутствии лица, участвующего в рассмотрении дела,

УСТАНОВИЛА:

Специалистами Марийского УФАС России в ходе осмотра по РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 103, корп. 1 (остановочный

павильон) установлен факт размещения рекламы курительных принадлежностей следующего содержания:

Марийским УФАС России в отношении ИП Ч. возбуждено дело № 012/05/7-174/2023 по признакам нарушения пункта 8 статьи 7, пункта 3 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» по факту распространения рассматриваемой рекламы.

ИП Ч. при рассмотрении дела не присутствовала, письменных пояснений в ходе рассмотрения дела не направила. Комиссия рассматривает дело на основании имеющихся материалов дела.

Рассмотрев представленные в материалы дела документы и материалы, Комиссия приходит к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе реклама - 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.

При этом отнесение информации к рекламе или иной информации осуществляется в каждом конкретном случае, исходя из содержания такой информации и всех обстоятельств её размещения.

Как разъяснил Президиум ВАС РФ в пункте 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Под объектом рекламирования понимают 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 (пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе).

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона о рекламе товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Из материалов дела следует, что на торговом объекте используется перечисление товаров: «Вейп», «Кальяны».

Кроме того, на торговом объекте используется перечисление товаров с перестановкой букв в словах: «КЛЬАНЯЫ ЖДИКСОТИ ЭЕЛКНРТНЮЕ СГИРАТЕЫ РОД-СИСТЕМЫ ЭЛИТНЫЙ ЧАЙ».

Марийским УФАС России проведен опрос потребителей о восприятии слов, используемых в рекламе: «КЛЬАНЯЫ», «ЖДИКСОТИ» «ЭЕЛКНРТНЮЕ СГИРАТЕЫ». Опрос проведен путем анкетирования (25 человек), а также путем размещения формы анкетирования на сайте Марийского УФАС России (размещен по ссылке <https://mari-el.fas.gov.ru/webform/25542>, опрос прошло 133 человека). По результатам опроса более 87% респондентов указали, что текст рассматриваемой информации в части следующих слов «КЛЬАНЯЫ» «ЖДИКСОТИ» «ЭЕЛКНРТНЮЕ СГИРАТЕЫ» является читаемым, также более 89% опрошенных указали, что могут прочитать одно или несколько из слов «Кальяны, Жидкости, Электронные сигареты».

Также при оформлении торгового объекта используется изображение товарного знака по свидетельству № 903479, зарегистрированному в отношении следующих классов МКТУ: 34 - табак и заменители табака; сигареты и сигары; электронные сигареты и вапорайзеры для курения; принадлежности курительные и ибные, 35 - реклама; менеджмент в сфере бизнеса; деятельность административная в сфере бизнеса; служба офисная; торговля; абонирование телекоммуникационных услуг для третьих лиц; агентства по импорту-экспорту и иные услуги. Товарный знак по свидетельству № 903479 выполнен в форме словесно-графического изображения в виде кружочка с надписью TASTY TOWN с графическими изображениями устройств.

При этом при перечислении реализуемых товаров имеются ссылки на группы в социальных сетях Вконтакте и Телеграмм: TASTYTOWNYO.

При переходе по адресам TASTYTOWNYO в социальных сетях Вконтакте и Телеграмм установлено, что в рассматриваемых группах размещается информация о деятельности сети магазинов TASTY TOWN в г.Йошкар-Ола, сведения о реализуемых товарах, проводимых акциях:

Размещенная информация: «Tasty Town Вейп/Кальяны «кльяны ждиксоти, элекртное сгираты, rod- системы, элитный чай» с изображением товарного знака, дыма (пара) и процесса курения, со ссылками на социальные группы в Телеграмм и Вконтакте привлекает интерес потребителей к деятельности торговых точек по продаже кальянов, электронных устройств, rod-систем, жидкостей для вейпа, дает явное представление о реализации данных товаров 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 ассортименту реализуемой им продукции.

Кроме того, перечисление наименований товаров и курительных принадлежностей используется в совокупности с изображением товарного знака, зарегистрированного в том числе в отношении группы товаров, используемых для потребления никотиносодержащей продукции и курительных принадлежностей, что индивидуализирует данные товары. Также перечисление товаров сопровождается ссылками на источники получения информации о товарах, реализуемых в торговых объектах Tasty Town. В социальных сетях Вконтакте и Телеграмм: TASTYTOWNYO размещается подробное описание товаров и курительных принадлежностей, с приведением изображений, свойств, характеристик, цены.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой кальянов, жидкостей, электронных сигарет, rod- систем, курительных принадлежностей, магазинов и торговых объектов Tasty Town, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

Согласно части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства.

В силу пункта 1 части 1 статьи 16 Закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» (далее Закон №15-ФЗ) в целях

сокращения спроса на табак и табачные изделия 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 пунктом 5 части 1 статьи 16 Закона №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.

Таким образом, Законом о рекламе установлен безусловный запрет на рекламу кальянов, курительных принадлежностей, устройств для потребления никотинсодержащей продукции.

Электронные сигареты, кальяны, rod-системы, в том числе жидкости для них используются для совершения действий, аналогичных процессу курения, в зависимости от модели могут содержать никотин и иные вещества, содержащиеся в табачных изделиях. Таким образом, электронные сигареты, кальяны, rod-системы отнесены к категории товаров, подобных курительным принадлежностям.

Кроме того, в соответствии с пунктом 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается демонстрация процессов курения табака или потребления никотинсодержащей продукции и потребления алкогольной продукции.

Поскольку по адресу РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 103, корп. 1 (остановочный павильон) размещено изображение человека с дымом (паром) в области верхней части туловища, рассматриваемая реклама также является демонстрацией процесса курения.

Таким образом, Комиссия приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама нарушает требования пункта 3 части 5 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе, поскольку представляет собой рекламу курительных принадлежностей, а также демонстрирует процесс курения.

Согласно пункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005

№53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации»
государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит
обязательному использованию в рекламе.

В части 2 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном языке. В силу данной нормы, в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык.

Перевод должен в полной мере отражать смысловое содержание текста на иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

Знание иностранного языка не является обязательным для российских граждан. Образовательные программы предоставляют гражданам возможность изучать широкий спектр иностранных языков. Уровень освоения иностранного языка обучающимися обуславливается их индивидуальными способностями, мотивацией к овладению языком, качеством преподавания, практикой использования и т.д., и может существенным образом различаться у обучающихся.

Таким образом, отсутствие перевода иностранных слов и выражений на русский язык может привести к неполному уяснению смысла выражений, поскольку потребителями рекламной информации выступают все граждане, как обладающие знаниями иностранных языков, так и не обладающие знаниями, следовательно, для последних информация будет искаженной.

В рассматриваемой рекламе отсутствует перевод слова «rod» на русский язык, что приводит к невозможности восприятия рекламной информации потребителем. В связи с указанным, рассматриваемая реклама нарушает требования части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

Пунктами 5, 6, 7 статьи 3 Закона о рекламе предусмотрены понятия рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя. Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо; рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму; рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пункта

8 статьи 7 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламодатель. Также ответственность за нарушение требований части 5 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

По рассматриваемому адресу, в котором размещалась реклама, деятельность осуществляет ИП Ч., являющаяся как рекламодателем, так и рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства.

В материалы дела доказательства прекращения распространения рекламы не представлены.

Таким образом, Комиссия Марийского УФАС России считает, что имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе не имеются.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37, 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу курительных принадлежностей «Tasty Town Вейп/Кальяны «TASTYTOWNYO кальяны ждиксоти, элкртное сгиратеы, rod- системы» с изображением товарного знака по свидетельству № 903479, дыма (пара) и процесса курения, со ссылками на страницы в социальных сетях TASTYTOWNYO в социальных сетях Вконтакте и Телеграмм, размещенную по адресу РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Красноармейская, д. 103, корп. 1 (остановочный павильон) следующего содержания:

ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования пункта 3 части 5, части 11 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП Ч. (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечение лица к административной ответственности.

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

Председатель комиссии:

Члены комиссии: