

## ПРОТОКОЛ № 012/04/14.3.1-313/2024

### об административном правонарушении

«25» апреля 2024 года г. Йошкар-Ола

Протокол составлен ведущим специалистом-экспертом отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России <...> в соответствии со статьей 28.2 КоАП РФ в отношении ИП К. (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>), по факту нарушения пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» при размещении рекламы рекламу «Vape Shop. Одноразовые устройства, жидкость, табак» с применением двухмерного штрих-кода (QR-код), расположенной по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Кремлёвская, д. 21 (ТРЦ «Плаза») (решение по делу №012/05/7-108/2024 от 04.04.2024).

Ответственность за данное административное правонарушение предусмотрена частью 4 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ).

*Место совершения административного правонарушения:* Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Кремлёвская, д. 21 (ТРЦ «Плаза»).

*Время совершения административного правонарушения:* с 30 декабря 2023 г. (дата фиксации размещения рекламы) по 13 марта 2024 г. (дата поступления информации о демонтаже рекламы).

Событие административного правонарушения выразилось в следующем.

В адрес Марийского УФАС России поступило обращение <...> (вх. №385ИП/24 от 18.01.2024) о размещении рекламы по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Кремлёвская, д. 21 (ТРЦ «Плаза») следующего содержания:

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.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как адресована

неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

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 (статья 3 Закона о рекламе).

В соответствии с частью 11 статьи Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации. Согласно пункту 10 части 1 статьи 3 Федеральный закон от 01.06.2005 № 53ФЗ «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 информация «Vape Shop» представлена на иностранном языке, без перевода на русский язык, следовательно, данная рекламная информация размещена с нарушением требований части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

Размещенная информация: «Одноразовые устройства, жидкость, табак» привлекает интерес потребителей к деятельности торговой точки по продаже курительных принадлежностей, 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 продукции.

Кроме того, установлено, что при размещении рассматриваемой информации применяется двухмерный штрих-код (QR-код).

Двухмерные штрих-коды (в том числе QR-коды) признаются рекламой или иной информацией, не являющейся рекламой, исходя из содержания таких штрихкодов, содержания иной сопровождающей их информации, а также всех обстоятельств их размещения. Таким образом, в случае, если размещенные QR-коды содержат сведения, направленные на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке, то такие QR-коды являются рекламой, и как содержание, так и размещение указанных QR-кодов должно соответствовать требованиям Закона о рекламе.

При размещении информации на торговом объекте, расположенном по адресу:

г. Йошкар-Ола, ул. Кремлёвская, д. 21 (ТРЦ «Плаза»), используется QR-код, при сканировании которого потребителем осуществляется переход на страницу «Роук маркет – сеть вейп-шопов в Йошкар-Оле» в социальной сети VK, где приводится следующая информация:

Таким образом, информация, доводимая до потребителей по адресу

местонахождения торгового объекта «Rooyk market» (г. Йошкар-Ола, ул. Кремлёвская, д. 21 (ТРЦ «Плаза»)) посредством QR-кода также привлекает внимание к реализуемым товарам, торговому объекту «Rooyk market», следовательно, является рекламой.

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.

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

В силу пунктов а, в, г части 1 статьи 16 Закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» в целях сокращения спроса на табак и табачные изделия запрещаются:

- распространение табака, табачных изделий среди населения бесплатно, в том числе в виде подарков;
- использование товарного знака, служащего для индивидуализации табачных изделий, на других видах товаров, не являющихся табачными изделиями, при производстве таких товаров, а также оптовая и розничная торговля товарами, которые не являются табачными изделиями, но на которых использован товарный знак, служащий для индивидуализации табачных изделий;
- использование и имитация табачного изделия при производстве других видов товаров, не являющихся табачными изделиями, при оптовой и розничной торговле такими товарами.

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

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.

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 рекламораспространитель.

Марийским УФАС России установлено, что деятельность в торговом объекте «Roук market», расположенном по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Кремлёвская, д. 21 (ТРЦ «Плаза»), осуществляет ИП К., являющийся рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

Ответственность за нарушение пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе установлена частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ.

Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем запрета рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий или курительных принадлежностей - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от трех тысяч до четырех тысяч рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати пяти тысяч рублей.

Согласно пункту 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое КоАП РФ или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

В силу статьи 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично. Административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее,

предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

ИП К. при размещении рассматриваемой рекламы не были предприняты все зависящие от него меры по соблюдению законодательства о рекламе, по предотвращению совершения правонарушения.

В соответствии с пунктом 1 статьи 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами, в том числе правом обжаловать постановление по делу в течение 10 дней согласно статьям 30.1, 30.3 КоАП РФ.

В силу части 2 статьи 24.2 КоАП РФ лицам, участвующим в производстве по делу об административном правонарушении и не владеющим языком, на котором ведется производство по делу, обеспечивается право выступать и давать объяснения, заявлять ходатайства и отводы, приносить жалобы на родном языке, либо на другом свободно избранном указанными лицами языке общения, а также пользоваться услугами переводчика.

Согласно статье 51 Конституции Российской Федерации никто не обязан свидетельствовать против самого себя, своего супруга и близких родственников.

Протокол составлен по правилам статьи 28.2 КоАП РФ в отсутствие ИП К., надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте составления протокола (по адресу регистрации ИП К. 04.04.2024 направлено уведомление о составлении протокола исх. №АБ/1539/24, которое, согласно сведениям официального сайта «Почта России», вручено адресату 08.04.2024).

Таким образом, ИП К. надлежащим образом извещен о дате, времени и месте составления протокола.

Дата, место и время рассмотрения дела об административном правонарушении: **08 мая 2024 года в 10 час. 30 мин.** по адресу: ул. Волкова, д. 164, г. Йошкар-Ола, Республика Марий Эл.

С протоколом ознакомлен(а),

права и обязанности  
разъяснены. Даю согласие на

обработку персональных  
данных.

\_\_\_\_\_  
(ФИО, подпись лица,  
привлекаемого к  
административной  
ответственности)

<...>

(Ф.И.О. составившего протокол)

«25» апреля 2024 г.  
\_\_\_\_\_

(подпись)

Объяснения лица, в отношении которого возбуждено дело об  
административном правонарушении:

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

В соответствии со ст. 28.2 КоАП РФ копию протокола получил:

(ФИО лица, получившего протокол)

« \_\_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2024 г.  
\_\_\_\_\_ (подпись)

Также сообщаем, что Вы вправе принять участие в рассмотрении дела  
посредством удаленного доступа по ссылке:  
**<https://fas1.tconf.rt.ru/c/4229848192>**.

Информацию об участии в рассмотрении дела посредством  
удаленного доступа необходимо сообщить в Марийское УФАС России  
по телефону 8 (8362) 4176-21.