

Я, <...>Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан <...>, рассмотрев протокол и материалы дела об административном правонарушении № А08-1044/2014, возбужденного в отношении закрытого акционерного общества «Международные услуги по маркетингу табака» (121614, г. Москва, ул. Крылатская, д. 17, корп. 2, ИНН: 7705060700, дата регистрации в качестве юр. лица: 01.01.2008г.),

установил:

В соответствии с решением Комиссии Татарстанского УФАС России по делу № 08-156/2014 от 20.08.2014 года исх. № РБ-08/17798 реклама, распространявшаяся посредством проведения рекламной акции табачных изделий 09.03.2014 г. в продуктовом магазине «Шушма» (РТ, г. Казань, ул. Советская, д. 1/4), признана ненадлежащей.

Данное решение принято по следующим обстоятельствам:

В Управление поступило обращение гражданина о проверке соблюдения законодательства о рекламе по факту проведения рекламной акции табачных изделий 09.03.2014 г. в продуктовом магазине «Шушма», расположенного по адресу: г.Казань, ул.Советская д.1/4 (ООО «Сервис-Агро»).

Данный факт имеет признаки нарушений пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), части 1 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» (далее – Федеральный закон «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака»).

С целью проверки фактов, изложенных в обращении, а также выявления круга лиц, подлежащих привлечению к участию при рассмотрении дела Управлением был направлен запрос информации в адрес ООО «Сервис-Агро» (422250, РТ, Балтаси, ул.Ленина, д.154, ИНН: 1612002888) - владельца магазина «Шушма» (исх. № РБ-08/5052 от 09.04.2014 г.).

В ответ на запрос информации Управлению от ООО «Сервис-Агро» были представлены следующие информация и документы (вх. № 4267 от 24.04.2014 г.):

Письменные пояснения;

Копия договора об оказании услуг №0000000000450BC28E-1.

Из анализа вышеуказанных документов установлено, что по договору, заключенному между ООО «Сервис-Агро» и ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака» (далее – ЗАО «МУМТ»), ООО «Сервис-Агро» обязуется предоставить ЗАО «МУМТ» право на доведение до потребителя информации о продукции производства British American Tobacco (далее - БАТ), в том числе путем проведения информационных кампаний.

Также, исходя из представленных письменных пояснений, ООО «Сервис-Агро» отрицает факт проведения рекламной акции и обращает внимание на то, что согласно пункту 2.1.3 договора в продуктовом магазине «Шушма» были

организованы информационные сессии (консультации) для совершеннолетних потребителей, целью которых являлось предоставление по требованию совершеннолетнего потребителя табачной продукции консультации об основных качественных характеристиках и потребительских свойствах табачной продукции Kent HD.

Общественные отношения в области размещения, распространения и производства рекламы регламентированы Федеральным законом «О рекламе».

Целями настоящего закона является развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Объект рекламирования – это товар (работы, услуги), 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.

В пункте 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» дано понятие рекламы - 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.

Так, несмотря на то, что представленным договором не предусмотрена рекламная деятельность, у Управления имеется достаточный повод считать, что пункт договора о предоставлении ЗАО «МУМТ» права на доведение до потребителя информации о продукции БАТ, в том числе проведения информационных кампаний фактически представляет собой условие о проведении рекламных акций и мероприятий, направленных на привлечение внимания к продукции БАТ, формирование и поддержание интереса к ней и продвижение её на рынке.

В ответ на определение о продлении срока рассмотрения дела № 08-156/2014 (исх. РБ-08/8757 от 26.06.2014 г.) ЗАО «МУМТ» представлен исполнительный план для программы по проведению информационного мероприятия Kent HD National Launch, C'3 – C'4 для каналов GR-CNV & NRKA. Одной из целей указанного мероприятия является развитие портфеля марок БАТ и формирование базы потребителей табачной продукции БАТ в рамках конкурентной борьбы за предпочтение потребителей. Кроме того, программа содержит обязанность донесения консультантом до целевой аудитории информации не только об основных качественных характеристиках и потребительских свойствах табачной продукции Kent HD, но и информации о преимуществах данного товара. Так, программа мероприятия предполагает раскрытие информации о:

- ценности товара для целевой аудитории по таким категориям как статус: престижность марки, табак высокого качества, высокая стоимость сигарет, премиальность бренда; прогресс: узнаваемость бренда, бренд для общительных людей, современность бренда, необычный дизайн пачки, инновационность

бренда;

- уникальности системы фильтрации, в том числе в разделе «диалог» тренинга для информационных консультантов, являющегося приложением к программе мероприятия изображен консультант и его диалоговое облако: «такой фильтр есть только у Kent», при этом консультант демонстрирует пачку и стики (три сигареты с разными фильтрами);

- истории марки, в том числе о происхождении марки Kent.

Представитель ЗАО «МУМТ», ссылаясь на положения статьи 10 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее – Закон «О защите прав потребителей»), указывает на то, что мероприятие направлено на исполнение обязанности изготовителя (исполнителя, продавца) своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора.

Следует отметить, что пункт 2 статьи 10 Закона «О защите прав потребителей» информация о товарах (работах, услугах) закрепляет исчерпывающий перечень информации, обязательной для доведения до потребителя. Так, информация о табачной продукции в обязательном порядке должна содержать:

- наименование технического регламента или иное установленное законодательством Российской Федерации о техническом регулировании и свидетельствующее об обязательном подтверждении соответствия товара обозначение;

- сведения об основных потребительских свойствах товаров (работ, услуг);

- цену в рублях и условия приобретения товаров (работ, услуг);

- адрес (место нахождения), фирменное наименование (наименование) изготовителя (исполнителя, продавца), уполномоченной организации или уполномоченного индивидуального предпринимателя, импортера.

Указанная информация в соответствии с пунктом 3 статьи 10 Закона «О защите потребителей» доводится до сведения потребителей в технической документации, прилагаемой к товарам (работам, услугам), на этикетках, маркировкой или иным способом, принятым для отдельных видов товаров (работ, услуг).

Производители табачной продукции во исполнение обязанности, закрепленной статьей 10 Закона «О защите прав потребителей» всю вышеперечисленную информацию указывают на пачке сигарет, из чего можно сделать вывод о том, что проведение ЗАО «МУМТ» рассматриваемого мероприятия не может быть направлено исключительно на исполнение обязанности о доведении необходимой и достоверной информации до потребителя.

Очевидно, что потребитель, получая при общении с консультантом (пункт 6.2 Программы мероприятия «образ консультанта»: ...девушки/юноши привлекательной внешности в возрасте 18-28 лет, приятная улыбка, ровные белые зубы...; пункт 6.3 «качества, которыми должен обладать консультант»: открытость, обаяние, позитивный настрой, способность вызывать доверие, эмпатия, ненавязчивость...) воспринимает не только существенную и необходимую

информацию, обязанность доведения которой предусмотрена для продавцов товара статьей 10 Закона «О защите прав потребителей», но и информацию о преимуществах товара, следствием чего является стимулирование продажи табачной продукции.

В соответствии с частью 2 статьи 2 Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», понятия используются в указанном законе в значениях, определенных Рамочной конвенцией Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака.

Согласно пункту (с) статьи 1 Рамочной конвенции Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака, реклама и стимулирование продажи табака означает любой вид передачи коммерческой информации, рекомендации или действия с целью, результатом или вероятным результатом стимулирования продажи табачного изделия или употребления табака, прямо или косвенно.

Таким образом, действия, предусмотренные Программой мероприятия направлены на реализацию одной из главных задач, стоящих перед рекламой, - формирование и поддержание интереса потребителей к рекламируемому товару.

Следует отметить, что предусмотренный программой мероприятия «обмен пачки» (потребителю предлагается обменять свои сигареты на обновленный Kent HD, заполнив электронную форму согласия на обмен), совершаемый в рамках договора мены, заключаемого между ЗАО «МУМТ» и потребителем, содержит признаки мнимой сделки, то есть сделки, совершенной лишь для вида, без намерения создать соответствующие ей правовые последствия.

Так, согласно пункту 2 указанного договора стороны гарантируют, что передаваемая сторонами табачная продукция принадлежит сторонам на праве собственности, правами третьих лиц не обременена.

В соответствии с частью 1 статьи 568 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (далее – ГК РФ), если из договора мены не вытекает иное, товары, подлежащие обмену, предполагаются равноценными.

Пункт 2.2 «план по контактам» Программы мероприятия закрепляет понятие эффективного контакта – совершение обмена пачки потребителя на пачку Kent HD.

В соответствии с данными представленного ЗАО «МУМТ» отчета о процессе проведения/результатах мероприятия на торговой точке магазин «Шушма» (РТ, г. Казань, ул. Советская, д. 1/4) 9.03.2014 г., консультантом установлено 16 эффективных контактов, предметом 12 из них стал обмен пачки табачной продукции Kent HD на табачную продукцию Winston. Следует отметить, что по состоянию на 9.03.2014 г. максимальная розничная цена на табачное изделие марки WINSTON XS SILVER составила 67 рублей, а минимальная розничная цена Kent HD – 83 рубля, из чего следует вывод, что рассматриваемая сделка хотя и предусматривает приобретение права собственности на табачную продукцию, следствием ее фактически является распространение табачных изделий среди населения бесплатно, что противоречит подпункту а) пункта 1 части 1 статьи 16 Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного

дыма и последствий потребления табака», а конечной целью сделки в совокупности с донесением информации о преимуществах продукции Kent HD является формирование интереса потребителя к конкретному товару и его бренду. Для потребителя неоспоримо выгодно совершить такую сделку, так как в любом случае потребитель получает определенное количество табачной продукции бесплатно, а ЗАО «МУМТ», в свою очередь использует данное обстоятельство в качестве средства стимулирования продаж табачной продукции.

При этом предметом эффективных контактов в соответствии с данными указанного отчета стал обмен табачной продукции марки Kent HD на табачную продукцию марок-конкурентов (тренинг для информационных консультантов также содержит блок «основные конкуренты» с изображением табачной продукции марок Winston, Chesterfield, Parliament, Marlboro), из чего можно сделать вывод о направленности действий ЗАО «МУМТ» на получение конкурентных преимуществ путем привлечения потребителей иной марки табачной продукции к марке Kent HD.

Также необходимо отметить, что демонстрация пачки табачной продукции консультанта в фирменной одежде, а также привлечение внимания потребителя к истории марки, в том числе о происхождении марки Kent может быть квалифицирована как реклама средств индивидуализации товара, его изготовителя или продавца.

В соответствии с пунктом 5 статьи 11 Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», в целях предупреждения возникновения заболеваний, связанных с воздействием окружающего табачного дыма и потреблением табака, сокращения потребления, устанавливается запрет рекламы и стимулирования продажи табака, спонсорства табака.

Также, в соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 16 Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака», в целях сокращения спроса на табак и табачные изделия запрещается реклама и стимулирование продажи табака, табачной продукции и (или) потребления табака, в том числе, распространение табачных изделий среди населения бесплатно.

Согласно части 5 статьи 16 Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» запрет рекламы табака, табачных изделий и курительных принадлежностей осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

Пункт 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» содержит прямой запрет на распространение рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Таким образом, рассматриваемая реклама распространялась в нарушение требований пункта 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела №08-156/2014 Комиссией установлено, что рекламодателем указанной рекламы является ЗАО «Международные

услуги по маркетингу табака».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Из положений части 7 статьи 38 Федерального закона от 13.03.06. № 38-ФЗ «О рекламе» следует, что за нарушение пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.06. № 38-ФЗ «О рекламе» несет ответственность рекламодатель, т.е. ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака» (121614, г. Москва, ул. Крылатская, д. 17, корп. 2, ИНН: 7705060700, дата регистрации в качестве юр. лица: 01.01.2008г.), который действовал как юридическое лицо, являющееся заказчиком рекламы и оплачивающий его.

В соответствии с частью 4 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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 тысяч рублей; на юридических лиц - от ста пятидесяти тысяч до шестисот тысяч рублей.

Таким образом, действия ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака», указывают на событие административного правонарушения, предусмотренного частью 4 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

Объект правонарушения, ответственность за которое предусмотрена частью 4 статьи 14.3.1 КоАП РФ – отношения в области получения потребителем достоверной рекламы, соответствующей требованиям законодательства РФ о рекламе.

Субъект правонарушения – ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака» (121614, г. Москва, ул. Крылатская, д. 17, корп. 2, ИНН: 7705060700, дата регистрации в качестве юр. лица: 01.01.2008г.)

Объективная сторона данного правонарушения состоит в размещении ненадлежащей рекламы, недопустимой с точки зрения законодательства РФ.

Субъективная сторона правонарушения характеризуется виной в форме умысла. У ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака» (121614, г. Москва, ул. Крылатская, д. 17, корп. 2, ИНН: 7705060700, дата регистрации в качестве юр. лица: 01.01.2008г.) имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрена административная ответственность, но им не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, относится к административным правонарушениям с формальным составом.

Факт совершения административного правонарушения ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака» подтверждается протоколом по делу № А08-

1044/2014 об административном правонарушении от 15.01.2015г. а также другими материалами дела.

День, с которого начинают исчисляться сроки давности привлечения Общества к административной ответственности за совершение обществом действий, признаваемых недопустимыми в соответствии с нормами законодательства Российской Федерации, является 09.03.2014 года - день проведения рекламной акции табачных изделий.

Срок давности привлечения ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака» к административной ответственности, установленный частью 1 статьи 4.5 КоАП за нарушение антимонопольного законодательства, на момент вынесения настоящего постановления не истек.

Определение о возбуждении дела № А08-1044/2014 в отношении ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака» было направлено по месту его регистрации: 121614, г. Москва, ул. Крылатская, д. 17, корп. 2, заказным письмом с уведомлением. Почтовая корреспонденция, направленная ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака», вручена Обществу 14.01.2015г., в подтверждении чему является вернувшееся почтовое уведомление о вручении.

Составление протокола состоялось в отсутствии законного представителя ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака» либо представителя по доверенности. Копия протокола направлена ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака» заказным письмом с уведомлением по адресу: 121614, г. Москва, ул. Крылатская, д. 17, корп. 2. Согласно отслеживанию почтовых отправок на сайте Почты России, почтовая корреспонденция, направленная в адрес ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака» прибыла в место вручения 21.01.2015 и вручена обществу 23.01.2015. таким образом, ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака» надлежащим образом уведомлено о времени и месте рассмотрения дела об административном правонарушении №А-08-1044/2014

Рассмотрение административного дела № А08-1044/2014 было назначено на 28 января 2015 года в 11 ч. 00 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д. 55, зал заседаний.

В связи с поступившим от ЗАО «МУМТ» ходатайством о заблаговременном уведомлении Общества о дате и времени рассмотрения дела № А08-1044/2014 было вынесено определение об отложении рассмотрения настоящего дела на 26.02.2015г. в 11 ч. 30 мин. По адресу: г. Казань ул. Московская, д. 55, зал заседаний.

Определение об отложении было направлено ЗАО «МУМТ» заказным письмом с уведомлением в подтверждении чего является вернувшееся в Татарстанское УФАС России почтовое уведомление о вручении 12.02.2015г. Обществу почтовой корреспонденции.

Рассмотрение дела об административном правонарушении состоялось в отсутствии законного представителя ЗАО «Международные услуги по маркетингу табака» либо представителя по доверенности.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, учитывается

характер совершенного административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица (личность виновного, его имущественное положение) обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

При рассмотрении настоящего дела обстоятельств, предусмотренных статьей 24.5 КоАП РФ, не выявлено, равно, как отсутствуют и иные основания для прекращения производства по делу об административном правонарушении.

Оснований для применения ст. 2.9 КоАП РФ не установлено.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, а также статьями ч. 4 ст. 14.3.1, ч. 2 ст. 25.1, ст. 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее — КоАП),

постановил:

Признать закрытое акционерное общество «Международные услуги по маркетингу табака» (121614, г. Москва, ул. Крылатская, д. 17, корп. 2, ИНН: 7705060700, дата регистрации в качестве юр. лица: 01.01.2008г.) виновным в совершении административного правонарушения ответственность за которое предусмотрена статьей ч. 4 ст. 14.3.1 КоАП и назначить ему наказание в виде административного штрафа в размере 150 000 рублей 00 копеек.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Согласно п.п. 2 п. 1 ст. 46 БК РФ суммы денежных взысканий (штрафов) за нарушении законодательство РФ о рекламе антимонопольного органа подлежит зачислению в бюджеты бюджетной системы РФ в следующем порядке:

В федеральный бюджет – по нормативу 40%

В бюджет субъекта РФ, на территории которого зарегистрированы юридические лица или индивидуальные предприниматели, допустившие нарушение законодательства РФ о рекламе, - по нормативу 60%

Реквизиты для уплаты административного штрафа:

Штраф должен быть оплачен плательщиками в доход бюджета на счет 40101810800000010001 по следующим реквизитам:

Банк получателя: ГРКЦ НБ Республики Татарстан Банка России;

Получатель: УФК РТ (Татарстанское УФАС России)

ИНН получателя: ИНН 1653003714/165501001



БИК Банка: 049205001

ОКАТО: ОКАТО ИМНС по месту регистрации;

КБК: 161 1 16 26000 01 6000 140

Копию документа, подтверждающего уплату административного штрафа, лицо, привлеченное к административной ответственности, направляет должностному лицу, вынесшему постановление, по факсу в Татарстанское УФАС России, ул. Московская д. 55, г. Казань, 420021, тел: (843) 238-19-46

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

В соответствии с пунктом 3 части 1 и частью 3 статьи 30.1 КоАП, а также частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно статьи 31.1 КоАП постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.