

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### о возбуждении дела № 012/05/7-108/2024 и назначении дела к рассмотрению

«16» февраля 2024 года г. Йошкар-Ола

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, заместитель руководителя – начальник отдела Марийского УФАС России <...>, рассмотрев материалы по факту распространения рекламы табачной продукции, электронных сигарет, курительных принадлежностей по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Кремлёвская, д. 21 (ТРЦ «Плаза»),

### УСТАНОВИЛ:

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 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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 N 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 «Roук 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 «Roук market» (г. Йошкар-Ола, ул. Кремлёвская, д. 21 (ТРЦ «Плаза»)) посредством QR-кода также привлекает внимание к реализуемым товарам, торговому объекту «Roук 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.

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.

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, Российское законодательство не допускает распространение рекламы табачной продукции, электронных сигарет, курительных принадлежностей любым способом.

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.

Деятельность в торговом объекте «Royk market», расположенном по

адресу г. Йошкар-Ола, ул. Кремлёвская, д. 21 (ТРЦ «Плаза»), осуществляет ИП К., являющийся рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения части 11 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 «Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе»,

### ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 012/05/7-108/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Назначить дело № 012/05/7-108/2024 к рассмотрению на **7 марта 2024 года в 10 часов 30 минут (по Московскому времени)** в помещении Марийского УФАС России, по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Волкова, д. 164.
3. Признать лицами, участвующими в деле:

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе: ИП К. (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>); - заявитель: <...>.

4. ИП К. в срок до 6 марта 2024 года представить в Марийское УФАС России следующие документы и сведения (с сопроводительным письмом, где указываются в качестве приложений все запрошенные документы):

1. признает ли индивидуальный предприниматель нарушение законодательства о рекламе в соответствии с обстоятельствами, изложенными в настоящем определении? Представить письменную мотивированную позицию;
2. информацию о том, кто является рекламодателем, рекламодателем рассматриваемой рекламы (с приложением подтверждающих документов);

3. сведения о периоде размещения рассматриваемой рекламной информации, расположенной по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Кремлёвская, д. 21 (ТРЦ «Плаза»);
4. правоустанавливающие документы на занимаемое помещение,

расположенное по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Кремлёвская, д. 21 (ТРЦ «Плаза»);

5. иные документы и материалы, имеющие отношение к рассматриваемому вопросу.

Сообщаем, что Вы вправе принять участие в заседании комиссии посредством удаленного доступа по ссылке **<https://fas1.tconf.rt.ru/c/0057491142>**.

Председатель Комиссии