

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/7-567/2023 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«22» августа 2023 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «21» августа 2023 года

Полный текст решения изготовлен: «22» августа 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 – ведущий специалист-эксперта отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...> ,

член Комиссии – специалист-эксперта отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...> ,

рассмотрев дело № 012/05/7-567/2023, возбужденное по признакам нарушения части 6 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» в отношении ИП Е., по факту распространения рекламы «*** ВЫСОКИМ ЦЕНАМ! ВКУСНО&НЕДОРОГО ПОПАРИТЬ? ТАМ Smoking Shop», а также «ЦЕНЫ СНИЖЕНЫ СКИДКА 3 % ПРИ ПОДПИСКЕ НА VK» и изображением QR-кода по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, б. Чавайна, 36 у входа со стороны ул. Советской на штендере,

в отсутствии ИП Е., в отсутствии <...>, надлежащим образом уведомленных о дате, времени, месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Дело о нарушении законодательства о рекламе возбуждено в отношении ИП Е. (ОГРНИП: <...> ИНН: <...>) по признакам нарушения части 6 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы «*** ВЫСОКИМ ЦЕНАМ! ВКУСНО&НЕДОРОГО ПОПАРИТЬ? ТАМ Smoking Shop», а также «ЦЕНЫ СНИЖЕНЫ СКИДКА 3 % ПРИ ПОДПИСКЕ НА VK» и изображением QR-кода по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, б. Чавайна, 36 у входа со стороны ул. Советской на штендере, следующего содержания:

При переходе по QR-коду осуществляется переход в группу социальной сети «ВКонтакте» <https://vk.com/smokingshopyoshka> и отображается следующая информация:

Основанием для возбуждения дела явилось обращение <...> вх. № 4576-ЭП/23 от 26.06.2023.

Определением от 27.06.2023 антимонопольным органом возбуждено дело по признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении указанной рекламы. Указанное определение направлено по адресу места регистрации предпринимателя.

18.07.2023 рассмотрение дела отложено. Копия определения (исх. № ОЕ/3803/23 от 18.07.2023) с указанием даты, времени, места рассмотрения дела направлена по адресу места регистрации лиц, участвующих в деле.

Таким образом, на момент рассмотрения дела ИП Е. и <...> надлежащим образом уведомлены о дате, времени, месте рассмотрения дела.

Комиссия Марийского УФАС России, исследовав материалы дела, пришла к выводу о нарушении законодательства о рекламе при размещении рассматриваемой рекламы ввиду следующего.

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).

Размещенная на стендере информация: «*** ВЫСОКИМ ЦЕНАМ! ВКУСНО&НЕДОРОГО ПОПАРИТЬ? ТАМ Smoking Shop», а также «ЦЕНЫ СНИЖЕНЫ СКИДКА 3 % ПРИ ПОДПИСКЕ НА VK» и изображением QR-кода, привлекает интерес потребителей к деятельности торговой точки по продаже курительных принадлежностей, никотинсодержащей продукции, устройств для потребления никотинсодержащей продукции, 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, QR-код является ссылкой для переход в группу социальной сети «ВКонтакте» <https://vk.com/smokingshopyoшка>, в которой размещаются сведения о товарах, реализуемых в данном магазине, в том числе курительных принадлежностях.

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.

Таким образом, Российское законодательство не допускает распространение рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе, электронных сигарет любым способом.

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.

В рассматриваемой рекламе содержится QR-код, по переходу по которому размещены сведения о реализуемых курительных принадлежностях (жидкости, поды и картриджи, электронные сигареты), а также указание на процесс использования/потребления курительных принадлежностей («ВКУСНО&НЕДОРОГО ПОПАРИТЬ?»), что способно вызывать у потребителей ассоциацию с никотинсодержащей продукцией и процессом курения. Таким образом рассматриваемая информация является рекламой курительных принадлежностей, никотинсодержащей продукции, устройств для потребления никотинсодержащей продукции.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама нарушает требования пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

Согласно части 6 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Таким образом, данное положение Закона о рекламе запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким

словам, по мнению специалистов ФАС России, могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. При этом очевидно, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее).

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом, по мнению ФАС России, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

В рассматриваемой рекламе используется формулировка «* ВЫСОКИМ ЦЕНАМ!» с изображением буквы, графически включающей в себя изображения заглавных букв «У», «Й», «Х». Данные буквы образуют бранное слово, которое семантически подходит к словосочетанию «высоким ценам» и в контексте рекламы может означать «нет высоким ценам!».

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает требования части 6 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

требований пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламодатель, ответственность за нарушение части 6 статьи 5 Закона о рекламе – рекламодатель.

Марийским УФАС России установлено, что деятельность в магазине «Smoking Shop» по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, б. Чавайна, 36 (вход со стороны ул. Советской) осуществляет ИП Е. (ОГРНИП: <...> ИНН: <...>), 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 Российской Федерации о рекламе.

В настоящее время у Комиссии Марийского УФАС России отсутствуют доказательства устранения нарушения законодательства о рекламе в связи с чем в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктом 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу магазина «Smoking shop»: «*** ВЫСОКИМ ЦЕНАМ! ВКУСНО&НЕДОРОГО ПОПАРИТЬ? ТАМ Smoking Shop», а также «ЦЕНЫ СНИЖЕНЫ СКИДКА 3 % ПРИ ПОДПИСКЕ НА VK» и изображением QR-кода по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, б. Чавайна, 36 у входа со стороны ул. Советской на штендере, поскольку она не соответствует требованиям части 6 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать ИП Е. (ОГРНИП: <...> ИНН: <...>) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении

дела об административном правонарушении в соответствии со статьями 14.3, 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.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии