

## РЕШЕНИЕ

по делу № 074/05/7-2770/2023

Резолютивная часть оглашена 27 декабря 2023 года

В полном объеме решение изготовлено 28 декабря 2023 года

пр. Ленина, 59, г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе в составе (далее - Комиссия):

<...> – заместителя руководителя  
Челябинского УФАС России;

председателя Комиссии:

<...> – ведущего специалиста-эксперта отдела  
контроля торгов и органов власти  
Челябинского УФАС России;

членов Комиссии:

<...> – специалиста-эксперта отдела контроля  
торгов и органов власти Челябинского УФАС  
России,

рассмотрев дело № 074/05/7-2770/2023, возбужденное по факту распространения рекламы табака, табачной продукции, курительных принадлежностей, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов на фасаде нежилого помещения, с признаками нарушения пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»),

к участию в котором привлечены:

заявитель - ООО «УК <...>

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, - индивидуальный предприниматель С<...> (ОГРНИП <...>).

заинтересованное лицо - индивидуальный предприниматель И<...> (ОГРНИП <...>).

в отсутствие лиц по адресу заседания Комиссии, но подключившихся посредством видеоконференцсвязи посредством платформы «Яндекс.Телемост» по ссылке <...>

### УСТАНОВИЛА:

Челябинским УФАС России рассмотрено заявление ООО «УК <...> (от 04.10.2023 вх. № 13194-ИП/23, от 05.10.2023 вх. № 13260-ЭП/23) по факту распространения рекламы следующего содержания: «OVERSHOP МАГАЗИН МУЗЕЙ», «КАЛЬЯНЫ УГОЛЬ ТАБАК», «ЭЛЕКТРОНИКИ РОД-СИСТЕМЫ ЖИДКОСТИ АКССЕСУАРЫ», «КУЛЬТУРА ВНУТРИ»,

«БОНУСНАЯ КАРТА...», «TELEGRAM-БОТ», с изображением трех матричных штриховых кода (QR-коды) на фасаде нежилого помещения, расположенного по адресу: Челябинская область, Сосновский район, <...>, с признаками нарушения пункта 8 части 1 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

В качестве доказательств заявителем представлены фотографии размещаемой рекламы на фасаде нежилого помещения. При переходе по QR-кодам осуществляется направление на сайт магазина «OVERSHOP».

Челябинским УФАС России направлен запрос ИП И<...>. о представлении необходимых документов и сведений (от 13.10.2023 исх. № НМ/14164/23).

ИП И<...> представлены документы, согласно которым арендатором данного нежилого помещения является ИП С<...> В качестве доказательства представлено Соглашение о перемене стороны к Договору аренды нежилого помещения № 1-НДА-А/11-21 от 15 ноября 2021 года от 16.06.2022.

Челябинским УФАС России направлены запросы (от 17.10.2023 исх. № НМ/14328/23; от 10.11.2023 исх. № НМ/15495/23) ИП С<...> о представлении документов и сведений, ответы на которые в установленные сроки не поступили.

В связи с наличием признаков нарушения пункта 8 части 1 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» Челябинским УФАС России возбуждено дело № **074/05/7-2770/2023** в отношении ИП С<...>, ИП И<...> привлечена в качестве заинтересованного лица.

Определением о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе № **074/05/7-2770/2023** у ИП С<...>, ИП И<...> запрошены документы и сведения, необходимые для рассмотрения дела по существу.

ИП С<...> представлены письменные пояснения, согласно которым 21.10.2023 реклама демонтирована, что подтверждается представленными фотографиями. ИП С<...> также на заседании Комиссии пояснено, что единственным адресом размещения данной рекламы является магазин по адресу: Челябинская область, <...>. Документы, подтверждающие изготовление и размещение рекламы, а также содержащие период распространения рекламы, отсутствуют.

ИП И<...> представлен договор аренды нежилого помещения от 15.11.2021 № 1-НДА-А/11-21.

*Рассмотрев заявление и материалы дела, Комиссия приходит к следующим выводам.*

Согласно части 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределенного круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (т.е. возможность купить товар или воспользоваться услугой).

Согласно позиции ФАС России под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», объект рекламирования - 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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Вопрос о наличии в информации признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела (пункт 15 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе»).

Судебной практикой, в частности по делу № А76-13922/2016, подтверждено, что коммерческое обозначение является средством индивидуализации юридического лица, следовательно, может быть объектом рекламирования.

Частью 1 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2012 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» установлен запрет рекламы и стимулирования продажи табака, спонсорство табака, в целях сокращения спроса на табак и табачные изделия.

Согласно Федеральному закону от 24.02.2008 № 51-ФЗ «О присоединении Российской Федерации к рамочной Конвенции ВОЗ по борьбе против табака» Российская Федерация присоединилась к Рамочной конвенции ВОЗ по борьбе против табака от 21.05.2003, в которой определено, что под стимулированием продажи табака, табачной продукции или табачных изделий и (или) потребление табака подразумевается любой вид передачи коммерческой информации, рекомендации или действие с целью, результатом или вероятным результатом которых является стимулирование продажи табачного изделия или употребления табака, прямо или косвенно.

Согласно пункту 8 статьи 7 Федерального 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.

Так, на фасаде нежилого помещения, расположенного по адресу: Челябинская область, <...> размещалась информация следующего содержания: «OVERSHOP МАГАЗИН МУЗЕЙ», «КАЛЬЯНЫ УГОЛЬ ТАБАК», «ЭЛЕКТРОНИКИ POD-СИСТЕМЫ ЖИДКОСТИ АКСССУАРЫ», «КУЛЬТУРА ВНУТРИ», «БОНУСНАЯ КАРТА...», «TELEGRAM-БОТ», а также изображение трех матричных штриховых кода (QR-коды).

Согласно сведениям заявителя, при переходе по QR-кодам осуществляется направление на сайт магазина «OVERSHOP».

Поскольку в распространяемой информации присутствуют формулировки, привлекающие внимание к магазину «OVERSHOP» («магазин музей», «культура внутри»), а также QR-коды, при переходе по которым осуществляется направление на сайт магазина «OVERSHOP», привлекающие внимание неопределенного круга лиц, способствующие формированию и поддержанию интереса к магазину и его продвижению на рынке, указанное свидетельствует об отнесении в совокупности данной информации к рекламе.

В связи с тем, что в рассматриваемой рекламе объектом рекламирования выступает магазин «OVERSHOP», специализирующийся на реализации табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов, данная реклама является нарушением пункта 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

На основании частей 6, 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований пункта 8 статьи 7 указанного Закона несет рекламодатель и рекламораспространитель.

В силу пункта 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем и рекламораспространителем рекламы является индивидуальный предприниматель С<...>

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «OVERSHOP

МАГАЗИН МУЗЕЙ», «КАЛЬЯНЫ УГОЛЬ ТАБАК», «ЭЛЕКТРОНКИ РОД-СИСТЕМЫ ЖИДКОСТИ АКЦЕССУАРЫ», «КУЛЬТУРА ВНУТРИ», «БОНУСНАЯ КАРТА...», «TELEGRAM-БОТ», с изображением трех матричных штриховых кода (QR-кода), распространяемую на фасаде нежилого помещения, расположенного по адресу: Челябинская область, <...> поскольку при её распространении нарушены требования пункта 8 части 1 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП С<...> не выдавать.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Челябинского УФАС России, для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном [статьей 14.3.1 КоАП РФ](#), в отношении ИП С<...>

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания, в порядке, предусмотренном [статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации](#).