

РЕШЕНИЕ

12 октября 2023 года

(изготовление решения в полном объеме)

03 октября 2023 года

(оглашение резолютивной части) г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Комиссия, Коми УФАС России) по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в составе:

председатель Комиссии – <...>;

члены Комиссии: <...>; <...>;

рассмотрев дело № 011/05/7-554/2023, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <...>, ОГРНИП <...>, ИНН <...> (далее – ИП <...>) по факту распространения посредством размещения на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Сыктывкар, Октябрьский проспект, д. 51, рекламы магазина кальянов «Vazooka Store» с признаками нарушения требований пунктов 1, 3 части 5 статьи 5 и пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие:

- заявителя – Министерства сельского хозяйства и потребительского рынка Республики Коми, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела, направившего ходатайство о рассмотрении дела в отсутствие представителя Министерства;

- ИП <...>, надлежащим образом извещенного о дате, времени и месте рассмотрения дела;

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило заявление Министерства сельского хозяйства и потребительского рынка Республики Коми от 28.04.2023 № 21-08/4765 (вх. № 2143-ЭП/23 от 02.05.2023) о нарушении рекламного законодательства при распространении рекламы магазина кальянов.

В ходе рассмотрения заявления установлено, что на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Сыктывкар, Октябрьский проспект, д. 51, около входа

и на внешних стенах магазина кальянов «Vazooka Store», размещены, в том числе следующие изображения и информация:

- изображение подмигивающей девушки в топе с надписью «Vazooka», со сложенными в жесте одобрения пальцами руки (четыре пальца сжаты в кулак, большой палец поднят вверх), а также дыма, кальяна, углей, колбы, калауда (реклама-1);
- изображение девушки с сигаретой в руках, сидящей на мотоцикле с надписью «Vazooka», выпускающей дым изо рта, а также кальяна, углей, колбы, калауда (реклама-2);
- изображение сидящей на скамье девушки в топе с надписью «Vazooka», с электронной сигаретой в руке, а также дыма, кальяна, углей, колбы, калауда, батарейки; под изображением девушки размещена фраза «села электронка...» (реклама-3);
- изображение девушки в темных очках, в топе с надписью «Vazooka», выпускающей дым изо рта, держащей в одной руке пистолет, в другой – мундштук кальяна, а также кальяна, углей, колбы, калауда; рядом с изображением девушки размещены слова «CALLIANO KILLER» (реклама-4);
- изображение девушки с эмоцией страха на лице, схватившей себя за волосы, в топе с надписью «Vazooka», а также кальяна, углей, колбы, калауда, часов; над изображением девушки размещена фраза «БЕЗ КАЛЬЯНА СУТКИ» (реклама-5).

По результатам рассмотрения указанного заявления принято решение о возбуждении дела № 011/05/7-554/2023 в отношении ИП <...> по признакам нарушения пунктов 1, 3 части 5 статьи 5 и пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение от 30.06.2023 № АГ/4198/23.

Определением от 27.07.2023 № ПК/4753/23 рассмотрение дела № 011/05/7-554/2023 приостановлено в связи с необходимостью установления местонахождения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, – ИП <...>.

Определением от 04.08.2023 № ПК/4931/23 производство по делу № 011/05/7-554/2023 возобновлено, срок рассмотрения дела продлен до 07.10.2023, дело назначено к рассмотрению на 30.08.2023.

Определением от 30.08.2023 № АГ/5432/23 рассмотрения дела № 011/05/7-554/2023 отложено на 03.10.2023.

Определение от 30.08.2023 № АГ/5432/23 было направлено по адресу места жительства ИП <...>, однако на дату рассмотрения дела сведений о получении ИП <...> указанного определения в Коми УФАС России не имеется.

В целях извещения ИП <...> о дате, времени и месте рассмотрения дела № 011/05/7-554/2023 по адресу места жительства ИП <...> 01.09.2023 была направлена телеграмма.

Согласно уведомлению ПАО «Ростелеком» от 08.09.2023 (вх. № 6077-ЭП/23 от 08.09.2023) телеграмма ИП <...> не доставлена, квартира закрыта, адресат по

извещению за телеграммой не является.

Пленум Верховного Суда РФ в пунктах 67, 68 Постановления от 23.06.2015 № 25 «О применении судами некоторых положений раздела I части первой Гражданского кодекса Российской Федерации» указал следующее. Юридически значимое сообщение считается доставленным и в тех случаях, если оно поступило лицу, которому оно направлено, но по обстоятельствам, зависящим от него, не было ему вручено или адресат не ознакомился с ним (пункт 1 статьи 165.1 ГК РФ). Например, сообщение считается доставленным, если адресат уклонился от получения корреспонденции в отделении связи, в связи с чем она была возвращена по истечении срока хранения. Статья 165.1 ГК РФ подлежит применению также к судебным извещениям и вызовам, если гражданским процессуальным или арбитражным процессуальным законодательством не предусмотрено иное.

В силу ст. 118 ГПК РФ лица, участвующие в деле, обязаны сообщить суду о перемене своего адреса во время производства по делу. При отсутствии такого сообщения судебная повестка или иное судебное извещение посылаются по последнему известному суду месту жительства или месту нахождения адресата и считаются доставленными, хотя бы адресат по этому адресу более не проживает или не находится.

В соответствии с п. 6 Постановления Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» в целях соблюдения установленных статьей 29.6 КоАП РФ сроков рассмотрения дел об административных правонарушениях судье необходимо принимать меры для быстрого извещения участвующих в деле лиц о времени и месте судебного рассмотрения. Поскольку КоАП РФ не содержит каких-либо ограничений, связанных с таким извещением, оно в зависимости от конкретных обстоятельств дела может быть произведено с использованием любых доступных средств связи, позволяющих контролировать получение информации лицом, которому оно направлено (судебной повесткой, телеграммой, телефонограммой, факсимильной связью и т.п., посредством СМС-сообщения, в случае согласия лица на уведомление таким способом и при фиксации факта отправки и доставки СМС-извещения адресату). Лицо, в отношении которого ведется производство по делу, считается извещенным о времени и месте судебного рассмотрения и в случае, когда из указанного им места жительства (регистрации) поступило сообщение об отсутствии адресата по указанному адресу, о том, что лицо фактически не проживает по этому адресу либо отказалось от получения почтового отправления, а также в случае возвращения почтового отправления с отметкой об истечении срока хранения, если были соблюдены положения Особых условий приема, вручения, хранения и возврата почтовых отправлений разряда «Судебное», утвержденных приказом ФГУП «Почта России» от 31 августа 2005 года № 343.

В силу п. 24.1 Постановления Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях» при решении арбитражным судом вопроса о том, имело ли место надлежащее извещение лица, в отношении которого возбуждено дело об административном правонарушении, либо его законного представителя о составлении протокола об административном правонарушении, следует учитывать, что КоАП РФ не содержит оговорок о необходимости направления извещения исключительно какими-либо определенными способами, в

частности путем направления по почте заказного письма с уведомлением о вручении или вручения его адресату непосредственно. Следовательно, извещение не может быть признано ненадлежащим лишь на том основании, что оно было осуществлено каким-либо иным способом (например, путем направления телефонограммы, телеграммы, по факсимильной связи или электронной почте либо с использованием иных средств связи). Также надлежит иметь в виду, что не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением несмотря на почтовое извещение (при наличии соответствующих доказательств).

В связи с вышеизложенным, учитывая ограниченные сроки рассмотрения рекламного дела, применяя по аналогии ст. 118 ГПК РФ, Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 23.06.2015 № 25, Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 24.03.2005 № 5, Постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10, Комиссия считает ИП <...> надлежащим образом извещенным о времени и месте рассмотрения рекламного дела № 011/05/7-554/2023.

Из материалов дела № 011/05/7-554/2023 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 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.

При этом в соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2 Закона о рекламе данный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

Согласно пункту 18 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске, в том числе с использованием товарного знака.

В соответствии с пунктом 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового оборота, также не является рекламой. То обстоятельство, что информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового оборота, приведена не в полном объеме, само по себе не влечет признания этой информации рекламой. Не следует рассматривать в качестве рекламы и размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение

такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Таким образом, указание в месте нахождения организации профиля ее деятельности (аптека, кондитерская, ресторан) либо ассортимента реализуемых товаров и услуг (хлеб, продукты, мебель) может быть признано обычаем делового оборота, и на такие информационные конструкции нормы Закона о рекламе не распространяются.

Из имеющихся материалов усматривается, что рассматриваемые изображения и информация размещены в пределах занимаемого магазином «Bazooka Store» помещения. Однако данная информация не является обязательной к размещению в силу Закона о защите прав потребителей.

В соответствии с пунктом 2 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 при анализе информации на предмет наличия в ней признаков рекламы судам необходимо учитывать, что размещение отдельных сведений, очевидно вызывающих у потребителя ассоциацию с определенным товаром, имеющее своей целью привлечение внимания к объекту рекламирования, должно рассматриваться как реклама этого товара, поскольку в названных случаях для привлечения внимания и поддержания интереса к товару достаточно изображения части сведений о товаре (в том числе товарного знака). В этом случае данная информация должна быть исследована судом на предмет соответствия требованиям, предъявляемым Законом о рекламе к рекламе, в том числе установленным главой 3 Закона о рекламе в отношении отдельных видов товаров.

Таким образом, разграничение рекламы и вывески может быть осуществлено также с учетом целевого назначения содержащихся в них сведений, которое выявляется в результате оценки обстоятельств размещения таких сведений, в том числе внешнего вида, характера, размера и места расположения.

Согласно правовой позиции, изложенной в пунктах 15, 16 информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», вопрос о наличии в информации признаков рекламы решается с учетом конкретных обстоятельств дела. Для поддержания интереса к товару не обязателен показ самого товара, а достаточно изображения различительных элементов (в том числе товарного знака), которые использовались при рекламе этого товара. Информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В соответствии с пунктами 1, 2, 8, 12 части 1 статьи 2 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции»:

- кальян – прибор, который используется для генерирования аэрозоля, пара или дыма, возникающих от тления и (или) нагревания табака либо продуктов, не содержащих табачного листа, и в котором аэрозоль, пар или дым проходят через сосуд, наполненный жидкостью;

- курение табака – использование табачных изделий в целях вдыхания дыма,

возникающего от их тления;

- потребление табака – курение табака, сосание, жевание, нюханье табачных изделий;

- устройства для потребления никотинсодержащей продукции – электронные или иные приборы, которые используются для получения никотинсодержащего или безникотинового аэрозоля, пара, вдыхаемых потребителем, в том числе электронные системы доставки никотина и устройства для нагревания табака, а также их составные части и элементы (за исключением медицинских изделий и лекарственных средств, зарегистрированных в соответствии с законодательством Российской Федерации).

Согласно пунктам 3, 12, 22 статьи 2 Федерального закона от 22.12.2008 № 268-ФЗ «Технический регламент на табачную продукцию»:

- табачные изделия – продукты, полностью или частично изготовленные из табачного листа в качестве сырьевого материала, приготовленного таким образом, чтобы использовать для курения, сосания, жевания или нюханья;

- табак для кальяна – вид курительного табачного изделия, предназначенного для курения с использованием кальяна и представляющего собой смесь резаного или рваного сырья для производства табачных изделий с добавлением или без добавления нетабачного сырья и иных ингредиентов;

- табачная продукция – табачное изделие, упакованное в потребительскую тару.

Содержание рассматриваемых изображений и информации очевидно вызывает у потребителя ассоциацию с определенными товарами – табаком, табачными изделиями, курительными принадлежностями, устройствами для потребления никотинсодержащей продукции, кальянами.

Согласно разъяснениям, данным ФАС России в письме от 09.06.2023 № КТ/45669/23 (вх. № 3377-ЭП/23 от 09.06.2023), при решении вопроса о размещении на здании обязательной для потребителей информации (вывеска) или рекламы следует принимать во внимание ее целевое назначение и обстоятельства размещения такой информации на здании. По мнению ФАС России, если целевым назначением сведений о наименовании организации и виде ее деятельности не является информирование о месте нахождения организации (в том числе, с учетом помещения, занимаемого организацией в здании), то такие сведения могут быть квалифицированы как реклама. По мнению ФАС России, целевым назначением размещения на фасаде жилого дома, расположенного по адресу: г. Сыктывкар, Октябрьский проспект, д. 51, на окне первого этажа информации с использованием слова «Vazooka», а также изображениями дыма, кальяна, углей, колбы, девушки с сигаретой в руках, мотоцикла является привлечение внимания, формирование и поддержание интереса потребителей к деятельности магазина «Vazooka», являющегося продавцом кальянов. Следовательно, указанная информация представляет собой рекламу, объектом рекламирования в которой выступает магазин «Vazooka», являющийся продавцом кальянов.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рассматриваемые изображение и информация содержат следующие признаки рекламы:

- распространены посредством размещения на фасаде здания;
- адресованы неопределенному кругу лиц;
- направлены на привлечение внимания к объекту рекламирования – магазину «Vazooka», формирование или поддержание интереса к нему, и их продвижение на рынке.

Таким образом, вышеуказанные изображения и информация являются рекламой (далее – рассматриваемые рекламы).

В силу пункта 1 части 1 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции» в целях сокращения спроса на табак, табачные изделия, никотинсодержащую продукцию, устройства для потребления никотинсодержащей продукции, кальяны запрещаются реклама и стимулирование продажи табака, табачной продукции или никотинсодержащей продукции, устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов, стимулирование потребления табака или никотинсодержащей продукции.

В соответствии с части 5 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма, последствий потребления табака или потребления никотинсодержащей продукции» запрет рекламы табака, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

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.

При этом в соответствии с частью 4 статьи 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные данным Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого данным Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

ФАС России в письме от 09.06.2023 № КТ/45669/23 (вх. № 3377-ЭП/23 от 09.06.2023) указала, что реклама магазина «Vazooka» содержит признаки нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе, поскольку из указанной рекламы явно следует, что объектом рекламирования выступает деятельность магазина, связанная с продажей кальянов.

При таких обстоятельствах рассматриваемые рекламы размещены с нарушением требований пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

В силу пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается демонстрация процессов курения табака или потребления никотинсодержащей продукции, в том числе с использованием устройств для потребления никотинсодержащей продукции, и потребления алкогольной продукции.

Коми УФАС России 03.10.2019 заключено соглашение с Саморегулируемой организацией Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (далее – СРО АМИ РС, соглашение). Предметом соглашения является, в том числе организация профессионально-консультационного взаимодействия Коми УФАС России и СРО АМИ РС по вопросам экспертизы и оценки рекламы на предмет соответствия требованиям действующего законодательства.

В соответствии с п. 2.1 соглашения в случае возникновения у Коми УФАС России вопросов относительно содержания и восприятия рекламы, распространяемой на территории региона, рассматриваемой Коми УФАС России на основании обращения юридических или физических лиц или в результате собственного мониторинга, Коми УФАС России вправе направить соответствующий запрос в СРО АМИ РС, поставив в нем необходимые вопросы, касающиеся спорной рекламы и/или переслав соответствующую жалобу юридического или физического лица.

В связи с чем, Коми УФАС России запросило мнение экспертов СРО АМИ РС относительно рассматриваемых изображений и информации с просьбой рассмотреть их на предмет восприятия с точки зрения потребителя.

СРО АМИ РС по результатам рассмотрения запроса Коми УФАС России письмом от 23.06.2023 № 171-1430 (вх. № 3793/23 от 23.06.2023) представила решение, в котором указала на выявление нарушения пункта 3 части 5 статьи 5 и пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе. Эксперты, в том числе указали, что в рассматриваемом материале присутствует реклама табака, табачной продукции, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, и изображен процесс курения.

В руке у девушки, сидящей на мотоцикле (реклама-2), изображен предмет, похожий на сигарету, а изо рта идет дым. В руке девушки, сидящей на скамье (реклама-3), изображен предмет, похожий на электронную сигарету, из которой идет дым. В руке девушки в темных очках (реклама-4) изображен предмет, похожий на мундштук кальяна, а изо рта идет дым. В совокупности данные изображения указывают на то, что изображен процесс курения и потребления никотинсодержащей продукции.

При таких обстоятельствах рассматриваемые реклама-2, реклама-3, реклама-4 размещены с нарушением требований пункта 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

В силу пункта 1 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации.

Согласно части 11 статьи 5 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.

В соответствии с частью 1 статьи 68 Конституции Российской Федерации, частью 1 статьи 1 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» (далее – Закон о государственном языке) государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык.

В соответствии с пунктом 10 части 1 статьи 3 Закона о государственном языке государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию, в том числе в рекламе.

В силу части 2 статьи 3 Закона о государственном языке в случаях использования в сферах, указанных в части 1 настоящей статьи, наряду с государственным языком Российской Федерации государственного языка республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранного языка тексты на русском языке и на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, должны быть идентичными по содержанию, равнозначными по размещению и техническому оформлению (иметь одинаковые параметры - цвет, тип и размер шрифта), выполнены разборчиво, звуковая информация (в том числе в аудио- и аудиовизуальных материалах, теле- и радиопрограммах) на русском языке и указанная информация на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, также должна быть идентичной по содержанию, звучанию и способам передачи.

В силу части 3 статьи 3 Закона о государственном языке положения части 2 настоящей статьи не распространяются на фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания, а также теле- и радиопрограммы, аудио- и аудиовизуальные материалы, печатные издания, предназначенные для обучения государственным языкам республик, находящихся в составе Российской Федерации, другим языкам народов Российской Федерации или иностранным языкам.

В силу положений части 2 статьи 3 Закона о государственном языке в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений при одновременном присутствии в рекламе их идентичного перевода на русский язык.

Потребителями рекламной информации выступают граждане, как обладающие знаниями иностранных языков, так и не обладающие, соответственно, отсутствие перевода иностранных слов на русский язык может привести к неполному уяснению смысла выражений и искажению смысла информации.

В рекламе-4 использованы слова на иностранном языке «CALLIANO KILLER» без идентичного содержания и технического оформления на русском языке.

При таких обстоятельствах рассматриваемая реклама-4 размещена с нарушением требований пункта 1 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям пунктов 1, 3 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Согласно частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе, несут и рекламодаделец, и рекламодатель, и рекламодатель, и рекламодатель.

Частью 8 статьи 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу пункта 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно пункту 6 статьи 3 Закона о рекламе рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Из материалов рекламного дела следует, что торговую деятельность в магазине «Vazooka Store» осуществляет ИП <...>.

В связи с чем, из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем и рекламодателем рассматриваемых реклам является ИП <...>.

В ходе рассмотрения рекламного дела Комиссия определениями неоднократно запрашивала у ИП <...> необходимые для рассмотрения дела документы и письменную информацию. Однако запрошенные сведения в Коми УФАС России не поступили.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований пунктов 1, 3 части 5 статьи 5 и пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя и рекламодателя рассматриваемых реклам – ИП <...>.

Обстоятельств, как исключающих возможность соблюдения ИП <...> требований рекламного законодательства, так и свидетельствующих о принятии им всех зависящих от него мер по соблюдению требований рекламного законодательства, не усматривается.

Таким образом, ИП <...> нарушены требования пунктов 1, 3 части 5 статьи 5 и пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

Относительно периода распространения реклам установлено следующее.

Из материалов заявления Министерства сельского хозяйства и потребительского рынка Республики Коми усматривается, что рассматриваемые реклам размещались в апреле 2023 г.

Сотрудниками Коми УФАС России распространение рассматриваемых реклам зафиксировано 08.05.2023, 28.06.2023, 29.09.2023, что подтверждается актами

осмотра.

Таким образом, из материалов рекламного дела усматривается, что рассматриваемые рекламы распространялись в период с апреля по сентябрь 2023 года на территории г. Сыктывкара Республики Коми.

Документы, подтверждающие прекращение распространения рассматриваемых реклам в материалах дела отсутствуют.

Таким образом, на дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе.

В связи с чем, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь п. 2 ч. 1 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42 – 47, 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащими следующие рекламы, размещенные на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Сыктывкар, Октябрьский проспект, д. 51, около входа и на внешних стенах магазина кальянов «Vazooka Store», содержащие:

- изображение подмигивающей девушки в топе с надписью «Vazooka», со сложенными в жесте одобрения пальцами руки (четыре пальца сжаты в кулак, большой палец поднят вверх), а также дыма, кальяна, углей, колбы, калауда,
- изображение девушки с эмоцией страха на лице, схватившей себя за волосы, в топе с надписью «Vazooka», а также кальяна, углей, колбы, калауда, часов; над изображением девушки размещена фраза «БЕЗ КАЛЬЯНА СУТКИ»,

поскольку они распространены с нарушением требований пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

2. Признать ненадлежащими следующие рекламы, размещенные на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Сыктывкар, Октябрьский проспект, д. 51, около входа и на внешних стенах магазина кальянов «Vazooka Store», содержащие:

- изображение девушки с сигаретой в руках, сидящей на мотоцикле с надписью «Vazooka», выпускающей дым изо рта, а также кальяна, углей, колбы, калауда,
- изображение сидящей на скамье девушки в топе с надписью «Vazooka», с электронной сигаретой в руке, а также дыма, кальяна, углей, колбы, калауда, батарейки; под изображением девушки размещена фраза «села электронка...»,

поскольку они распространены с нарушением требований пункта 3 части 5 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

3. Признать ненадлежащей рекламу, размещенную на фасаде здания, расположенного по адресу: г. Сыктывкар, Октябрьский проспект, д. 51, около входа и на внешних стенах магазина кальянов «Vazooka Store», содержащую изображение девушки в темных очках, в топе с надписью «Vazooka», выпускающей дым изо рта, держащей в одной руке пистолет, в другой – мундштук кальяна, а также кальяна, углей, колбы, калауда; рядом с изображением девушки размещены слова «CALLIANO KILLER»,

поскольку она распространена с нарушением требований пунктов 1, 3 части 5 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

4. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...> дел об административных правонарушениях, предусмотренных ч. 1 ст. 14.3, ч. 4 ст. 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 12 октября 2023 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

_____ <...>

Члены Комиссии

_____ <...>

_____ <...>