

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### о возбуждении дела № 012/05/7-443/2023 и назначении дела к рассмотрению

«29» мая 2023 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. №3373-ЭП/23 от 15.05.2023) 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).

Размещенная информация: «Одноразовые устройства, жидкость, табак» с изображениями электронных сигарет, курительных принадлежностей 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 – новый шоп 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 рекламоатель, так и рекламодатель.

Деятельность в торговом объекте «Rooyk market», расположенном по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Кремлёвская, д. 21 (ТРЦ «Плаза»), осуществляет ИП К., являющийся рекламоателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения 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 антимонопольными 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 № 012/05/7-443/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Назначить дело № 012/05/7-443/2023 к рассмотрению на **22 июня 2023 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 содержится признаки нарушения законодательства РФ о рекламе: ИП К. (ИНН: <...>, ОГРНИП: <...>); - заявитель: <...>.

4. ИП К. в срок до 20 июня 2023 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. иные документы и материалы, имеющие отношение к рассматриваемому вопросу.

Сообщаем, что Вы вправе принять участие в заседании комиссии посредством удаленного доступа через программу «TrueConf» по ссылке **<https://fas1.tconf.rt.ru/c/8425223939>**.

Подключение к конференции возможно в том числе со смартфона или планшета под управлением операционной системы Android или iOS.

Председатель Комиссии