

# РЕШЕНИЕ

30 мая 2023 года

(изготовление решения в полном объеме)

26 мая 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 № 011/05/7-168/2023, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <...> по факту распространения на фасаде ТЦ <...>, расположенного по адресу: г. Сыктывкар, ул. <...>, рекламы табака с признаками нарушения требований п. 8 ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии ИП <...>,

в отсутствие заявителя – <...>, надлежащим образом извещенной о дате, времени и месте рассмотрения дела;

## УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение <...> от 28.01.2023 (вх. № 417-э от 30.01.2023) о нарушении рекламного законодательства при распространении рекламы табака.

В ходе рассмотрения обращения установлено, что на фасаде ТЦ <...>, расположенного по адресу: г. Сыктывкар, ул. <...>, слева от входной двери в торговый центр (выход 3) размещена информация следующего содержания «ТАБАК торговое место № 39».

По результатам рассмотрения указанного обращения было принято решение о возбуждении дела № 011/05/7-168/2023 в отношении ИП <...> по признакам нарушения п. 8 ст. 7 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 02-01/1344 от 28.02.2023.

Определением № 02-16/2029 от 27.03.2023 срок рассмотрения дела № 011/05/7-168/2023 продлен до 28.05.2023, рассмотрение дела отложено на 19.04.2023.

Определением № 02-16/2654 от 19.04.2023 рассмотрение дела № 011/05/7-168/2023 отложено на 26.05.2023.

Из материалов дела № 011/05/7-168/2023 (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 вывеска с информацией «ТАБАК торговое место № 39» размещена не в месте нахождения соответствующей торговой места, за пределами занимаемого торговым местом помещения.

Учитывая изложенное, из имеющихся материалов усматривается, что рассматриваемая информация содержит следующие признаки рекламы:

- распространена посредством размещения на фасаде торгового центра;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – табаку, формирование или поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

Таким образом, вышеуказанная информация является рекламой (далее – рассматриваемая реклама).

В силу п. 1 ч. 1 ст. 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 ч. 5 ст. 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 п. 8 ст. 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 таких обстоятельствах рассматриваемая реклама размещена с нарушением требований п. 8 ст. 7 Закона о рекламе.

Согласно частями 6, 7 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за распространение рекламы, не соответствующей требованиям п. 8 ст. 7 Закона о рекламе, несут и рекламодаделец, и рекламодателем распространитель.

Частью 8 ст. 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 п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

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

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

Из материалов рекламного дела усматривается, что торговую деятельность в торговом месте «ТАБАК» (место 39) осуществляет ИП <...>.

В материалы рекламного дела представлена копия договора аренды № 39 от 01.01.2021, заключенного между ИП <...> (арендодатель) и ИП <...> (арендатор).

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...>.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...> в материалы рекламного дела, и пояснениям, данным им в ходе рассмотрения дела, рассматриваемая информация была размещена ИП <...> как вывеска, содержащая указание адреса (место № 39), и не может рассматриваться как реклама, поскольку размещена в месте осуществления деятельности, на внешней стене торгового центра, в торговом зале которого ИП <...> осуществляет деятельность.

Также ИП <...> указал, что рассматриваемая вывеска не содержит сведений о табачных изделиях, о производителе товара.

В обоснование своей позиции ИП <...> ссылается на пункт 18 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», а также на пункт 1 статьи 9 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей», согласно которому изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы; продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.

Комиссия отклонила указанные доводы, заявленные ИП <...>, в связи с нижеизложенным.

В пункте 1 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации № 58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что не следует рассматривать в качестве рекламы 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.

Местом реализации товара в рассматриваемом случае является место № 39 в ТЦ <...>. Вместе с тем, согласно составленному 08.02.2023 сотрудниками Коми УФАС России акту осмотра информации, рассматриваемая информация размещена не в месте реализации товара.

Как видно из приложенных к акту фотографий, торговое место № 39 имеет стеклянные перегородки, над входом в торговое место размещена вывеска «магазин ТАБАК 39», справа от входа указано «магазин ТАБАК» и размещена информация о режиме работы и лице, осуществляющем деятельность (ИП <...>).

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 указанной конструкции.

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.

Содержание рассматриваемой рекламы очевидно вызывает у потребителя ассоциацию с определенным товаром – табаком.

Учитывая изложенное, рассматриваемая информация является рекламой табака.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований п. 8 ст. 7 Закона о рекламе произошло по вине рекламодателя и рекламораспространителя рассматриваемой рекламы – ИП <...>.

Обстоятельств, как исключаяющих возможность соблюдения ИП Г<...> 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 п. 8 ст. 7 Закона о рекламе.

Относительно периода распространения рекламы установлено следующее.

К обращению <...> приложена фотография рассматриваемой рекламы; из свойств файла следует, что реклама зафиксирована заявителем 21.01.2023.

Сотрудниками Коми УФАС России распространение рассматриваемой рекламы зафиксировано 30.01.2023, что подтверждается актом осмотра информации.

Из пояснений ИП <...>, данных в ходе рассмотрения рекламного дела, следует, что он разместил рассматриваемую рекламу в январе 2021 г. и демонтировал в начале апреля 2023 г.

Учитывая изложенное, из материалов рекламного дела усматривается, что рассматриваемая реклама распространялась в период с января 2021 г. по март 2023 г. на территории г. Сыктывкара Республики Коми.

Вместе с тем документы, подтверждающие прекращение распространения рассматриваемой рекламы в материалы дела не представлены. 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 рекламу следующего содержания: «ТАБАК торговое место № 39», распространенную на фасаде ТЦ <...>, расположенного по адресу: г. Сыктывкар, ул. <...>, слева от входной двери в торговый центр (выход 3), ненадлежащей, поскольку она распространена с нарушением требований п. 8 ст. 7 Закона о рекламе.

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

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

Решение в полном объеме изготовлено 30 мая 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 \_\_\_\_\_ <...>

\_\_\_\_\_ <...>