

## РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/7-850/2022 о нарушении законодательства

Российской Федерации о рекламе

«19» декабря 2022 года

г. Йошкар-  
Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «08» декабря 2022 года

Полный текст решения изготовлен: «19» декабря 2022 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 <...>;

член Комиссии – главный государственный инспектор <...> ,

член Комиссии – специалист- эксперт <...> ,

рассмотрев дело № 012/05/7-850/2022, возбужденное по признакам нарушения пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» в отношении ООО «АДДИКТ», по факту распространения рекламы магазина «TIME SMOKE» по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Лебедева, д. 51А,

в присутствии директора ООО «АДДИКТ» <...>, представителя <...> (по устному ходатайству директора общества),

УСТАНОВИЛА:

Дело о нарушении законодательства о рекламе возбуждено в отношении ООО «АДДИКТ» по признакам нарушения Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы магазина «TIME SMOKE» и товаров, реализуемых в данном магазине на штендере, расположенном на пешеходной зоне рядом с указанным магазином по адресу г. Йошкар-Ола, ул. Лебедева, д. 51А, следующего содержания:

Кроме того, на фасаде здания (стене крыльца у входа в магазин) по

рассматриваемому адресу размещена реклама следующего содержания:

Основанием для возбуждения дела явился проведенный специалистами отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России осмотр наружной рекламы в городе Йошкар-Ола.

Из пояснений представителей ООО «АДДИКТ» следует, что рассматриваемая информация, размещенная на стендере, не является рекламой. Данную конструкцию установила дочь директора ООО «АДДИКТ», являющаяся управляющей и продавцом в указанном магазине, по собственной инициативе.

Кроме того, общество полагает, что указанная информация не является рекламой, так как на стендере просто перечислены товары, которые могут быть реализованы в магазине. При этом, по мнению общества, данные товары не могут однозначно идентифицироваться как товары для курения, поскольку табак может быть использован в сельском хозяйстве, а вейпы и кальяны могут быть использованы в качестве аксессуаров.

Также, в рассматриваемой информации размещено изображение собаки в облаках, поскольку нельзя однозначно идентифицировать данное изображение как продукт табакокурения.

При этом, представители общества не знают перевода наименования «TIME SMOKE», поскольку не владеют английским языком, а наименование магазина дали исходя из информации поставщика.

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

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 текстовая информация: «TIME SMOKE Hookah&Vape market 10:00 – 23:00 Лебедева, 51А ВЕЙП КАЛЬЯН ТАБАК» 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.

Таким образом, довод ООО «АДДИКТ» о том, что указанная информация не является рекламой является необоснованным.

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.

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 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.

Довод общества о том, что указанные товары могут быть использованы не только для табакокурения, является несостоятельным ввиду следующего.

Из анализа текста и общего оформления рассматриваемой рекламы следует, что магазин «TIME SMOKE» осуществляет реализацию курительных принадлежностей (вейп, кальян, табак). Используемое наименование магазина в переводе с английского TIME – «время» и SMOKE – «дым, дымок, курение, табачный дым, курить»,

выкурить, покурить, закурить» (инф. Яндекс переводчик) вместе с использованием изображения собаки в дыму с силуэтом кальяна, а также с перечислением товаров, пригодных для табакокурения), способно вызывать у потребителей ассоциацию с никотинсодержащей продукцией.

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.

Кроме того, в соответствии с частью 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.

Согласно пункту 10 части 1 статьи 3 Федеральный закон от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному использованию в рекламе.

В части 2 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном языке. В силу данной нормы, в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык.

Перевод должен в полной мере отражать смысловое содержание текста на иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

В рассматриваемой рекламе информация представлена на иностранном языке, без перевода, что имеет нарушения части 11 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 рекламораспространитель.

Марийским УФАС России установлено, что деятельность в магазине по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Лебедева, д. 51А осуществляет ООО «АДДИКТ».

Довод общества о том, что данная реклама размещена без согласия директора

ООО «АДДИКТ» лицом, осуществляющим функции управляющего и продавца в указанном магазине, не является основанием непризнания ООО «АДДИКТ» рекламодателем и рекламопродомстранителем ввиду того, что указанная реклама располагается в месте осуществления предпринимательской деятельности ООО «АДДИКТ», привлекает внимание к магазину «TIME SMOKE».

Следовательно, ООО «АДДИКТ», осуществляя предпринимательскую деятельность по продаже курительных принадлежностей в рассматриваемом торговом объекте, должно соблюдать действующее законодательство, в том числе законодательство о рекламе.

Из изложенного следует, что рекламодателем и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы выступает ООО «АДДИКТ».

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Представители ООО «АДДИКТ» на заседании Комиссии пояснили, что рассматриваемый щтендер демонтирован, реклама в данном виде не распространяется.

Однако в настоящее время в материалах дела отсутствуют доказательства устранения нарушения законодательства о рекламе в части демонтажа конструкции, расположенной на фасаде крыльца магазина, а также документально не подтвержден демонтаж щтендера.

На основании изложенного, Комиссия Марийского УФАС России считает, что 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 ООО «АДДИКТ» (ИНН: 1200004685, ОГРН: 1221200000625, 424007, юридический адрес: РЕСП. МАРИЙ ЭЛ, ЙОШКАР-ОЛА Г., СТРОИТЕЛЕЙ УЛ., Д. 75, КВ. 1) следующего содержания:

поскольку она не соответствует требованиям части 11 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «АДДИКТ» (ИНН: 1200004685, ОГРН: 1221200000625, 424007, юридический адрес: РЕСП. МАРИЙ ЭЛ, ЙОШКАР-ОЛА Г., СТРОИТЕЛЕЙ УЛ., Д. 75, КВ. 1) 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 статьей 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