

РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/7-386/2022

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«22» июля 2022 года
Йошкар-Ола

г.

Резолютивная часть решения объявлена: «14» июля 2022 года

Полный текст решения изготовлен: «22» июля 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 аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

член Комиссии – специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов <...>,

рассмотрев дело № 012/05/7-386/2022, возбужденное в отношении ИП П. по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту размещения рекламы курительных принадлежностей по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Йывана Кырли, д. 15б, в присутствии индивидуального предпринимателя П.,

УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл (далее – Марийское УФАС России) установлен факт размещения рекламы курительных принадлежностей по адресу: г. Йошкар-Ола, ул. Йывана Кырли, д. 15б, содержащей признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе следующего содержания:

Определением от 13.05.2022 Марийским УФАС России возбуждено дело №012/05/7-386/2022.

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: «Just Duet -Все для пара -Поды, Подмоды -Лучшие цены -Большой ассортимент ТЦ «Кристалл», ««Всё для парения Vape Shop 2 этаж Just Duet Новинки мира вейпинга» 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.

Согласно части 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства.

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, подов, под-модов любым способом.

В силу пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

В рассматриваемой рекламе содержится указание на реализацию курительных принадлежностей (поды, под-моды), также в рекламе указывается «Все для пара», «Новинки мира вейпинга» что в совокупности с реализацией подов, под-модов вызывает у потребителей ассоциацию с никотинсодержащей продукцией. Таким образом рассматриваемая информация является рекламой курительных принадлежностей, никотинсодержащей продукции, устройств для потребления никотинсодержащей продукции.

Кроме того, в силу части 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Пленум ВАС РФ в пункте 29 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указал, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например, путем употребления слов «лучший», «первый», «номер один», должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение (письмо ФАС России № АК/5810/14 от 20.02.2014). Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами.

В рассматриваемой рекламе присутствует словосочетание «лучшие цены», при этом объективное подтверждение с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение, отсутствует.

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 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель, пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

Марийским УФАС России установлено, что деятельность в магазине по адресу: РМЭ, г. Йошкар-Ола, ул. Йывана Кырли, д. 15б осуществляет ИП П., являющаяся как рекламодателем, так и рекламораспространителем рассматриваемой рекламы.

В письменных пояснениях (вх. № 4250 от 25.05.2022) ИП П. указала, что рассматриваемая информация не является рекламой, так как рассматриваемый стендер размещался с целью информирования граждан о наличии магазина «Just Duet» в помещении ТЦ «Кристалл».

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.

Кроме того, содержание указанной информации на стендере не отвечает признакам, предъявляемым к вывескам о раскрытии информации, необходимой потребителю. Так же, на данном стендере отсутствуют какие-

либо сведения о наименовании продавца, о месте его нахождения и режиме работы, в соответствии со статьей 9 Закона РФ от 07.02.1992 года № 2300-1 «О защите прав потребителей».

При таких обстоятельствах, поскольку исключительной или основной целью размещения штендера является не указание сведений о продавце, в соответствии с требованиями закона и обычаями делового оборота, а привлечение внимания неопределенного круга лиц к магазину, использующему коммерческое обозначение, указанный штендер является рекламным.

Следовательно, данная информация является рекламой курительных принадлежностей, так как создает ассоциации с указанными товарами и привлекает внимание потребителя к ним.

На основании изложенного, антимонопольный орган приходит к выводу о нарушении ИП П. пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» при распространении и размещении рассматриваемой рекламы.

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.

Письмом от 30.05.2022 вх. 4378, ИП П. сообщила о демонтаже рекламного штендера следующего содержания: «Just Duet -Все для пара -Поды, Подмоды -Лучшие цены -Большой ассортимент ТЦ «Кристалл» ул. Йывана Кырли, 15Б 2 этаж». Однако ИП П. не представлено документальных доказательств, подтверждающих прекращение распространения рекламной информации «Всё для парения Vape Shop 2 этаж Just Duet Новинки мира вейпинга» в настоящее время.

На основании указанного, Комиссия Марийского УФАС России, считает, что в данном случае имеются основания для выдачи ИП П. 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 курительных принадлежностей по

адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, ул. Йывана Кырли, д. 156
следующего содержания:

поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП П. (<...>) обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для рассмотрения вопроса о привлечение лица к административной ответственности.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии