

## РЕШЕНИЕ

по делу № 027/05/7-770/2024

01 июля 2024 года  
Хабаровск

г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

заместитель руководителя управления;

Члены Комиссии:

главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 027/05/7-770/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ИП Мельником А.А. рекламы с нарушением требований пункта 8 статьи 7 ФЗ «О рекламе»,

в присутствии ИП \*,

### **УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю поступило заявление гр. \* (вх. № 7233/24 от 07.05.2024), переданное Управлением Роспотребнадзора по Хабаровскому краю, о распространении по адресу: г. Хабаровск, ул. Ленинградская, д. 28И, рекламы магазина табачных изделий и товаров для курения «MDA» с нарушением требований рекламного законодательства Российской Федерации.

В ходе выезда по указанному в заявлении адресу установлено распространение внутри магазина (на настольной витрине) буклета следующего содержания:

- информация на первой странице буклета: «Не является рекламой. Не предназначено для распространения среди покупателей. Предназначено для служебного пользования. Рекомендации по продвижению товаров нового поколения I: FORCE GR 5000 с уникальным керамическим нагревателем...», сопровождаемая изображением товара (керамический нагреватель);

- информация на второй странице буклета: «Не является рекламой. Не предназначено для распространения среди покупателей. Предназначено для служебного пользования. I: FORCE GR 5000 Одноразовая электронная система доставки никотина. Керамический нагреватель FEELM MAX. Однородный мягкий пар. Усовершенствованное герметичное решение. Визуальной контроль уровня жидкости. Пар для подзарядки USB Type-C», сопровождаемая изображением товарной упаковки керамического нагревателя;

- информация на третьей странице буклета: «Не является рекламой. Не предназначено для распространения среди покупателей. Предназначено для служебного пользования. Количество затяжек до 5 000. Объем жидкости 10 мл. Содержание никотина 20 мг/см<sup>3</sup> (2%), сопровождаемая изображением товара (керамический нагреватель);

- информация на четвертой странице буклета: «Не является рекламой. Не предназначено для распространения среди покупателей. Предназначено для служебного пользования. FEELM Керамический нагреватель. Мягкий и однородный пар. Согласно авторитетным исследованиям компании Smoore в керамическом нагревателе FEELM по сравнению с хлопковыми нагревателями образуются более мелкие частицы аэрозоля, которые меньше оседают во рту и легких, что даёт более мягкий и однородный вкус. Больше затяжек! + 25%. Хлопок, пропитанный жидкостью Cotton coil. Жидкость, керамический нагреватель FEELM Ceramic Coil. Сравнение количества затяжек. При одинаковом объеме жидкости, количество затяжек больше на 25%....В устройстве с керамическим нагревателем емкость для жидкости не имеет хлопка, который в среднем поглощает и не даёт и не даёт использовать 25%...», сопровождаемая изображениями товара (керамический нагреватель) и образа человека, который использует

данный товар.

Пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» определено, что реклама-это 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.

Информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания и поддержания интереса к магазину «MDA», в котором предлагаются к продаже табачные изделия, товары для курения, формирует и поддерживает интерес к продавцу, специализирующемуся на реализации данной продукции, тем самым способствует его продвижению на рынке.

В соответствии со статьёй 2 Федерального закона от 22.12.2008 № 268-ФЗ «Технический регламент на табачную продукцию» табак это растение рода *Nicotiana* семейства пасленовых видов *Nicotiana Tabacum*, *Nicotiana Rustica*, возделываемое в целях получения сырья для производства табачных изделий; 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; курительные табачные изделия - табачные изделия, предназначенные для курения.

Электронная сигарета - электронное устройство, создающее высокодисперсный аэрозоль (пар), предназначенный для ингаляции (вдыхания). Может использоваться как в качестве средства доставки никотина (ЭСДН), так и для вдыхания ароматизированного пара без никотина.

Использованное в буклете словосочетание «*!: FORCE GR 5000*» является одноразовой электронной сигаретой, предназначенная для никотина GR 5000 на 5 000 затяжек, в котором используются различные фруктовые ароматы. Данный продукт не исключает риски для здоровья и содержит никотин, вызывающий зависимость.

Представленный в буклете керамический нагреватель *Feelm* является электронной системой доставки никотина CNPT, количество затяжек которого соответствует заявленному на упаковке.

Анализ размещенной в каталоге информации показал, что в нем размещены сведения рекламного характера, а именно: сведения о табачной продукции. Размещенная в буклете текстовая информация: «*!: FORCE GR 5000 с уникальным керамическим нагревателем*», «*!: FORCE GR 5000 Одноразовая электронная система доставки никотина. Керамический нагреватель FEELM MAX*», «*Количество затяжек до 5 000. Объем жидкости 10 мл. Содержание никотина 20 мг/см<sup>3</sup> (2%)*» 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.

Ссылка в буклете на информацию, что он предназначен для служебного пользования не может быть принята во внимание, поскольку находится не у продавца с целью разъяснения применения указанного в нем товара, а размещена на настольной витрине торговой точки для всеобщего ознакомления.

Действие рассматриваемой рекламы направлено на неограниченное количество лиц (посетители магазина «MDA»), в том числе на тех, кто не может являться потребителями такой продукции (например, несовершеннолетние), поскольку размещение рекламы табачной продукции, обеспечивающим ее свободно восприятие (настольная витрина) делают такую рекламу доступной для этих лиц.

Учитывая специфику рекламируемого магазина, имеющего по профилю своей деятельности широкий ассортимент табачных изделий, товаров для курения, реклама формирует интерес потребителей к данной продукции. Для потребителя сочетания «*!: FORCE GR 5000 с уникальным керамическим нагревателем*», «*!: FORCE GR 5000 Одноразовая электронная система доставки никотина. Керамический нагреватель FEELM MAX*», «*Количество затяжек до 5 000. Объем жидкости 10 мл. Содержание никотина 20 мг/см<sup>3</sup> (2%)*» свидетельствуют о возможности приобретения в данном магазине табачных изделий, товаров для курения вне зависимости от того есть ли в рекламе наименование или изображение такой продукции.

Согласно части 4 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» специальные требования и ограничения, установленные настоящим 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 настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Действующим законодательством установлен запрет на привлечение внимания потребителей не только к товарам для курения, но и к продавцу таких товаров.

Частью 1 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» установлен запрет рекламы и стимулирования продажи табака, спонсорства табака, в целях сокращения спроса на табак и табачные изделия.

Пунктом 8 статьи 7 ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что 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.

Распространение рекламы продавца «Магазин «MDA», предлагающего к продаже табачные изделия, товары для курения, нарушает требования пункта 8 статьи 7 ФЗ «О рекламе».

До рассмотрения дела ИП Мельником А.А. в Хабаровское УФАС России представлены письменные по делу (вх. № 10571-ЭП/24 от 01.07.2024), из которых следует, что на настольной витрине магазина буклет оказался случайно. Данный буклет носит информационный характер, предназначен для служебного пользования и не является рекламой. В настоящее время буклет не распространяется.

Данные доводы не принимаются по изложенным выше основаниям.

Частями 6, 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя и рекламодателя за нарушение требований пункта 8 статьи 7 настоящего Федерального закона.

Установлено, что деятельность по реализации табачных изделий и товаров для курения в магазине, расположенного по ул. Ленинградская, д. 28И в г. Хабаровске осуществляет ИП \* .

Таким образом, рекламодателем и рекламодателем рекламы является ИП \* .

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащими рекламы табака, табачной продукции и курительных принадлежностей, распространяемые ИП \* внутри магазина «MDA» (на настольной витрине), поскольку в них нарушены требования пункта 8 статьи 7 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ИП \* обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 4 статьи 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 (в трехмесячный срок).