

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 012/05/7-567/2023 и назначении дела к рассмотрению

«27» июня 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 «*** ВЫСОКИМ ЦЕНАМ! ВКУСНО&НЕДОРОГО ПОПАРИТЬ? ТАМ Smoking Shop», а также «ЦЕНЫ СНИЖЕНЫ СКИДКА 3 % ПРИ ПОДПИСКЕ НА VK» и изображением QR-кода по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, б. Чавайна, 36 у входа со стороны ул. Советской на штендере,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Марийского УФАС России поступило обращение <...> вх. № 4576-ЭП/23 от 26.06.2023, по факту распространения рекламы «* ВЫСОКИМ ЦЕНАМ! ВКУСНО&НЕДОРОГО ПОПАРИТЬ? ТАМ Smoking Shop», а также «ЦЕНЫ СНИЖЕНЫ СКИДКА 3 % ПРИ ПОДПИСКЕ НА VK» и изображением QR-кода по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, б. Чавайна, 36 у входа со стороны ул. Советской на штендере 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 на стендере информация: «*** ВЫСОКИМ ЦЕНАМ! ВКУСНО&НЕДОРОГО ПОПАРИТЬ? ТАМ Smoking Shop», а также «ЦЕНЫ СНИЖЕНЫ СКИДКА 3 % ПРИ ПОДПИСКЕ НА VK» и изображением QR-кода, 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.

Кроме того, при переходе по QR-коду осуществляется переход в группу социальной сети «ВКонтакте» <https://vk.com/smokingshopryoshka> и отображается следующая информация:

и прочая информация о реализуемых в торговом объекте товарах.

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.

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.

В рассматриваемой рекламе содержится QR-код, по переходу по которому размещены сведения о реализуемых курительных принадлежностях (жидкости, поды и картриджи, электронные сигареты), а также указание на процесс использования/потребления курительных принадлежностей («ВКУСНО&НЕДОРОГО ПОПАРИТЬ?»), что способно вызывать у потребителей ассоциацию с никотинсодержащей продукцией и процессом курения. Таким образом рассматриваемая информация является рекламой курительных принадлежностей, никотинсодержащей продукции, устройств для потребления никотинсодержащей продукции.

На основании изложенного, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

Согласно части 6 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Таким образом, данное положение Закона о рекламе запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, по мнению специалистов ФАС России, могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или

оскорбления.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. При этом очевидно, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее).

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом, по мнению ФАС России, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

В рассматриваемой рекламе используется формулировка «* ВЫСОКИМ ЦЕНАМ!» с изображением буквы, графически включающей в себя изображения заглавных букв «У», «Й», «Х». Данные буквы образуют бранное слово, которое семантически подходит к словосочетанию «высоким ценам» и в контексте рекламы может означать «нет высоким ценам!».

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения части 6 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, ответственность за

нарушение части 6 статьи 5 Закона о рекламе – рекламодаделец.

Марийским УФАС России установлено, что деятельность в магазине «Smoking Shop» по адресу: Республика Марий Эл, г. Йошкар-Ола, б. Чавайна, 36 (вход со стороны ул. Советской) осуществляет ИП Е. (ОГРНИП: <...> ИНН: <...>), являющаяся как рекламодателем, так и рекламодателем рассматриваемой рекламы.

Таким образом, антимонопольный орган усматривает признаки нарушения части 6 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» при распространении и размещении рассматриваемой рекламы.

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»,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 012/05/7-567/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Назначить дело № 012/05/7-567/2023 к рассмотрению на **18 июля 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 содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе: ИП Е. (ОГРНИП: <...> ИНН: <...>);
заявитель: <...>;
4. ИП Е. в срок до 14 июля 2023 года представить в Марийское УФАС России следующие документы и сведения (с сопроводительным письмом, где указываются в качестве приложений все запрошенные документы):

- информацию о том, кто является рекламодателем, рекламодателем рассматриваемой рекламы (с приложением подтверждающих документов);
- сведения о периоде размещения рассматриваемой рекламной информации;
- признает ли индивидуальный предприниматель признаки нарушения Закона о рекламе в соответствии с обстоятельствами, изложенными в настоящем определении? Представить письменную мотивированную позицию;
- иные сведения и документы, имеющие отношение к рассматриваемому делу.

Также сообщаем, что Вы вправе принять участие в рассмотрении дела посредством удаленного доступа по ссылке:

<https://fas1.tconf.rt.ru/c/8278651707>.

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

Председатель Комиссии

<...>

2023-3866