



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

РЕШЕНИЕ  
по делу № 29

20 декабря 2018 года

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе в составе:

<...> – заместитель руководителя управления, председатель Комиссии,

<...> – начальник отдела контроля органов власти, член Комиссии,

<...> – специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии,

с участием в качестве:

- заявителя – физическое лицо (не явилось, нет сведений об извещении),

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ИП <...> (ИНН 667115326430, ОГРНИП 311667113900060) – не явился, нет сведений об извещении (извещался в том числе, посредством направления корреспонденции по следующим адресам электронной почты: [info@pivko24.ru](mailto:info@pivko24.ru), [comment-pivko@mail.ru](mailto:comment-pivko@mail.ru), [shns@pivzavoz.ru](mailto:shns@pivzavoz.ru)),

рассмотрев в рамках Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее – Правила рассмотрения дел) и Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12, далее – Административный регламент), дело, по признакам нарушения п. 8 ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 29 возбуждено в отношении Индивидуального предпринимателя <...>

определением от 27.07.2018 на основании заявления физического лица (вх. № 01-11573 от 07.06.2018) о распространении рекламы табачной продукции в виде вкладыша на пачке сигарет, реализуемых в магазине «Пивко», расположенном по адресу: г. Екатеринбург, ул. Белинского, 141. с признаками нарушения п. 8 ст. 7 Закона о рекламе.

Определением от 27.07.2018 рассмотрение дела назначено на 30.08.2018 в 15 час. 00 мин. с отложением на 03.10.2018, 20.12.2018 в связи с необходимостью получения антимонопольным органом дополнительных доказательств, а также в связи с неявкой на рассмотрение дела в антимонопольный орган лица, участвующего в деле.

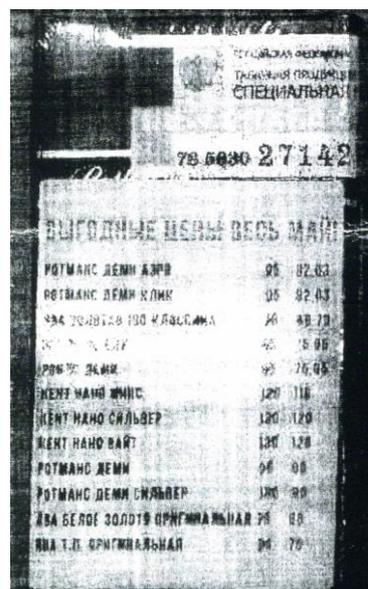
При рассмотрении дела установлено следующее.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление (вх. № 01-11573 от 07.06.2018), перенаправленное из Центрального Екатеринбургского отдела Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Свердловской области, по факту размещения рекламы табачной продукции в виде вкладыша на пачке сигарет «Ротманс Деми Клик Аэро», реализуемых в магазине «Пивко», расположенном по адресу: г. Екатеринбург, ул. Белинского, 141.

Заявитель указал, что при покупке 16.05.2018 сигарет «Ротманс Деми Клик Аэро» в магазине «Пивко», расположенном по адресу: г. Екатеринбург, ул. Белинского, 141, обнаружен вкладыш с рекламой табачных изделий.

К заявлению приложены фотоматериалы, согласно которым содержание рекламы в виде вкладыша на пачке сигарет Ротманс Деми Клик Аэро следующее:

*«Выгодные цены весь май!*  
*РОТМАНС ДЕМИ АЭРО 95 82.03*  
*РОТМАНС ДЕМИ КЛИК 95 82.03*  
*ЯВА ЗОЛОТАЯ 100 КЛАССИКА <...>*  
 <...>  
*КЕНТ НАНО МИКС 120 110*  
*КЕНТ НАНО СИЛЬВЕР 120 120*  
*КЕНТ НАНО ВАЙТ <...>*  
*РОТМАНС ДЕМИ <...>*  
*РОТМАНС ДЕМИ СИЛЬВЕР <...>*  
*ЯВА БЕЛОЕ ЗОЛОТО ОРИГИНАЛЬНАЯ <...>*  
*ЯВА ОРИГИНАЛЬНАЯ» <...>*



К заявлению также приложен чек от 16.05.2018 на покупку Сигарет Ротманс Деми Клик Аэро в магазине «Пивко», г. Екатеринбург, ул. Белинского, 141.

Дополнительно заявитель указал, что согласно ст. 1 Рамочной конвенции Всемирной организации здравоохранения по борьбе против табака, реклама и стимулирование продажи табака означает любой вид передачи коммерческой информации, рекомендации или действия с целью, результатом или вероятным результатом стимулирования продажи табачного изделия или употребления табака, прямо или косвенно.

**Рассмотрев имеющиеся в деле материалы, заслушав участвующих в деле лиц, Комиссия приходит к следующим выводам.**

Целями Закона о рекламе являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Под информацией в ст. 2 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (далее – Закон об

информации) понимаются сведения (сообщения, данные) независимо от формы их представления (п. 1), а под распространением информации – действия, направленные на получение информации неопределенным кругом лиц или передачу информации неопределенному кругу лиц (п. 9). Информация может являться объектом публичных, гражданских и иных правовых отношений. Информация может свободно использоваться любым лицом и передаваться одним лицом другому лицу, если федеральными законами не установлены ограничения доступа к информации либо иные требования к порядку ее предоставления или распространения (ч. 1 ст. 5). На территории Российской Федерации использование информационно-телекоммуникационных сетей осуществляется с соблюдением требований законодательства Российской Федерации в области связи, настоящего Федерального закона и иных нормативных правовых актов Российской Федерации (ч. 1 ст. 15). Запрещается распространение информации, которая направлена на пропаганду войны, разжигание национальной, расовой или религиозной ненависти и вражды, а также иной информации, за распространение которой предусмотрена уголовная или административная ответственность (ч. 6 ст. 10). Законодательством Российской Федерации могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя (ч. 4 ст. 5).

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 (п. 1 ст. 3 Закона о рекламе). Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются (п. 1. ст. 3 Закона о рекламе).

Объект рекламирования – 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 (п. 2 ст. 3 Закона о рекламе).

Товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п. 3 ст. 3 Закона о рекламе).

Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации (п. 4 ст. 3 Закона о рекламе).

*Материалами дела установлено, что на пачке сигарет «Ротманс Деми Клик Аэро», купленной 16.05.2018 в магазине «Пивко» (г. Екатеринбург, ул. Белинского, 141) в виде вкладыша распространялась информация следующего содержания:*

*«Выгодные цены весь май!*

*РОТМАНС ДЕМИ АЭРО 95 82.03*

*РОТМАНС ДЕМИ КЛИК 95 82.03*

*ЯВА ЗОЛОТАЯ 100 КЛАССИКА <...>*

*<...>*

*КЕНТ НАНО МИКС 420 110*

*КЕНТ НАНО СИЛЬВЕР 430 120*

*КЕНТ НАНО ВАЙТ <...>*

*РОТМАНС ДЕМИ <...>*

*РОТМАНС ДЕМИ СИЛЬВЕР <...>*

*ЯВА БЕЛОЕ ЗОЛОТО ОРИГИНАЛЬНАЯ <...>*

*ЯВА ОРИГИНАЛЬНАЯ» <...>.*

Согласно приложенному к обращению чеку, заявитель приобрел в магазине «Пивко» (г. Екатеринбург, ул. Белинского, 141) сигареты «Ротманс Деми Клик Аэро» по цене 82,03 рублей. Согласно вкладышу на данные сигареты действует скидка («выгодная цена весь май!») – 82,03 руб. вместо 95 руб.

Согласно ч. 4 ст. 2 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.

Рассматриваемая информация соответствует понятию реклама, изложенному в п. 1. ст. 3 Закона о рекламе, поскольку распространена посредством размещения вкладыша на пачке сигарет, адресована неопределенному кругу лиц (любой потребитель, купивший сигареты с рассматриваемым вкладышем), направлена на привлечение внимания и поддержание интереса к реализуемым в магазине «Пивко» табачной продукции под следующими наименованиями: «Ротманс Деми Аэро», «Ротманс Деми Клик», «Ява Золотая 100 классика», «Кент Нано Микс», «Кент Нано Сильвер», «Кент Нано Вайт», «Ротманс Деми», «Ротманс Деми Сильвер», «Ява Белое Золото Оригинальная», «Ява Оригинальная», с целью продвижения их на рынке.

Любой потребитель, купивший сигареты с рассматриваемым вкладышем, входит в неопределенный круг лиц возможного правоотношения, о которых заранее не известно вступят ли они в конкретные правоотношения по поводу приобретения предлагаемого товара.

Согласно п. 8 ст. 7 Закона о рекламе, не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Согласно понятиям, используемым в Федеральном законе «Технический регламент на табачную продукцию» от 22.12.2008 № 268-ФЗ, табак – растение рода *Nicotiana* семейства пасленовых видов *Nicotiana Tabacum*, *Nicotiana Rustica*, возделываемое в целях получения сырья для производства табачных изделий (п. 1); 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 (п. 3); сигарета – вид курительного табачного изделия, состоящего из резаного сырья для производства табачных изделий, обернутого сигаретной бумагой (п. 6); табачная продукция – табачное изделие, упакованное в потребительскую тару (п. 22); наименование табачной продукции – обозначение табачной продукции, присвоенное изготовителем (п. 23).

В соответствии с пп «б» п. 1 ч. 1 ст. 16 Федерального 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 запрещается реклама и стимулирование продажи табака, табачной продукции и (или) потребления табака, в том числе применение скидок с цены табачных изделий любыми способами, в том числе посредством издания купонов и талонов.

Кроме того, в рассматриваемой рекламе указаны две цены на реализуемую табачную продукцию, большая из которых зачеркнута, что предполагает продажу товара

со скидкой. Подтверждением реализации сигарет «Ротманс Дэми Клик Аэро» со скидкой является согласно предоставленному заявителем чеку покупка сигарет по меньшей цене (не зачеркнутой цене – 82 руб. вместо 95 руб.).

Таким образом, реклама табачной продукции («Ротманс Деми Аэро», «Ротманс Деми Клик», «Ява Золотая 100 классика», «Кент Нано Микс», «Кент Нано Сильвер», «Кент Нано Вайт», «Ротманс Деми», «Ротманс Деми Сильвер», «Ява Белое Золото Оригинальная», «Ява Оригинальная»), размещенная 16.05.2018 в виде вкладыша на пачке сигарет «Ротманс Деми Клик Аэро», размещена с нарушением п. 8 ст. 7 Закона о рекламе.

Поскольку в Свердловском УФАС России отсутствуют сведения о распространении рассматриваемой рекламы, а также учитывая форму ее распространения (в виде вкладыша на пачке сигарет), постольку необходимость в выдаче предписания отсутствует.

Ответственность за нарушение требований, установленных ст. 7 Закона о рекламе, несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель (ч. 6 и ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

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

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

К заявлению приложен чек на покупку сигарет «Ротманс Деми Клик Аэро» стоимостью 82.03. Согласно приложенному чеку, лицом, осуществляющим деятельность в магазине «ПивКо» по адресу: г. Екатеринбург, ул. Белинского, 141, является ИП <...> (ИНН 667115326430).

Таким образом, рекламораспространителем рассматриваемой рекламы является ИП <...> (ИНН 311667113900060, ОГРНИП 311667113900060).

Рекламодатель в рамках рассмотрения дела не установлен.

В соответствии с п. 7 ч. 2 ст. 33 Закона о рекламе Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем запрета рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий или курительных принадлежностей образует событие предусмотренного ч. 4 ст. 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ) административного правонарушения.

За нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем запрета рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий или курительных принадлежностей предусмотрена административная ответственность.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ч. 4 ст. 14.3.1 КоАП РФ.

Согласно п. 1 ч. 1 ст. 28.1 КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

Учитывая установленные п. 1.2, п.п. 3.40 -3.45 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Приказом ФАС России от 23.11.2012 №711/12), ч. 1 ст. 37 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» особенности порядков принятия (только коллегиально) решения, являющегося результатом проведенной в ходе осуществления государственного контроля (надзора) проверки (примечание к ст. 28.1 КоАП РФ), и его обжалования (только судебный), у должностных лиц того же самого органа, единолично осуществляющих производство по делу об административном правонарушении, заведомо отсутствуют законные основания как переоценивать изложенные в не оспоренном в установленном порядке решении достаточные данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, так и отражать результаты такой переоценки как в протоколе об административном правонарушении, так и в правонарушении, так и в соответствующем постановлении (п. 10.2 Постановления Пленума ВАС РФ от 30.06.2008 №30).

При этом судам необходимо учитывать, что дело об административном правонарушении может быть возбуждено должностным лицом, уполномоченным составлять протоколы об административных правонарушениях, только при наличии хотя бы одного из поводов, предусмотренных частями 1, 11 и 12 статьи 28.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ), и достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения. Вступление в силу решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей не является таким поводом, как это предусмотрено частью 12 статьи 28.1 КоАП РФ в отношении вступления в силу решения комиссии антимонопольного органа, которым устанавливается факт нарушения антимонопольного законодательства (п. 4 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58).

Согласно ч. 1 ст. 25.15 КоАП РФ, лица, участвующие в производстве по делу об административном правонарушении, а также свидетели, эксперты, специалисты и переводчики извещаются или вызываются в суд, орган или к должностному лицу, в производстве которых находится дело, заказным письмом с уведомлением о вручении, повесткой с уведомлением о вручении, телефонограммой или телеграммой, по факсимильной связи либо с использованием иных средств связи и доставки, обеспечивающих фиксирование извещения или вызова и его вручение адресату.

КоАП РФ не содержит оговорок о необходимости направления извещения исключительно какими-либо определенными способами, в частности путем направления по почте заказного письма с уведомлением о вручении или вручения его адресату непосредственно. Следовательно, извещение может быть осуществлено каким-либо иным способом (например, путем направления телефонограммы, телеграммы, по факсимильной связи или электронной почте либо с использованием иных средств связи). Также надлежит иметь в виду, что не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением, несмотря на почтовое извещение (п. 24.1 Постановление Пленума ВАС РФ от 02.06.2004 № 10).

В соответствии с ч. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять

ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

Согласно ч. 1 ст. 25.5 КоАП РФ, для оказания юридической помощи лицу, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, в производстве по делу об административном правонарушении может участвовать защитник.

На основании изложенного, руководствуясь ст. ст. 33 - 36 Закона о рекламе, в соответствии с п. 37 - 43 Правил рассмотрения дел, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу табачной продукции, размещенную 16.05.2018 в виде вкладыша на пачке сигарет «Ротманс Деми Клик Аэро», следующего содержания:

*«Ротманс Деми Аэро 90 82.03*

*Ротманс Деми Клик 95 82.03*

*Ява Золотая 100 классика <...>*

*<...>*

*Кент Нано Микс 120 110*

*Кент Нано Сильвер 130 120*

*Кент Нано Вайт <...>*

*Ротманс Деми <...>*

*Ротманс Деми Сильвер <...>*

*Ява Белое Золото Оригинальная <...>*

*Ява Оригинальная» <...>*, ненадлежащей, как нарушающей требование ч. 8 ст. 7 Закона о рекламе, поскольку указанная реклама является рекламой табачной продукции.

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

**Индивидуальному предпринимателю <...>** (ИНН 311667113900060, ОГРНИП 311667113900060) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 220) **21 февраля 2019 г. в 16 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении, предусмотренном ч. 4 ст. 14.3.1 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность и **в течение трех дней** с момента получения настоящего Решения предоставить в Свердловское УФАС России следующие документы и сведения:

- копию паспорта (разворот первой и второй страниц, страниц с пропиской);
- письменные объяснения (ст. 26.3 КоАП РФ) по факту административного правонарушения, предусмотренного ч. 4 ст. 14.3.1 КоАП РФ;
- копию договора с рекламодателем рассматриваемой рекламы;
- иные документы и сведения, имеющие значение для рассмотрения дела об административном правонарушении.

В случае явки защитника (ст. 25.5 КоАП РФ), обязательно наличие доверенности (от имени лица, в отношении которого составляется протокол).

В соответствии с ч. 4.1. ст. 28.2 КоАП РФ в случае неявки физического лица, или законного представителя физического лица, или законного представителя юридического лица, в отношении которых ведется производство по делу об административном

правонарушении, если они извещены в установленном порядке, протокол об административном правонарушении составляется в их отсутствие.

*Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей (ч. 6 ст. 19.8 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

<...>

<...>