



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ**

**О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА №066/05/7-3767/2023 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ**

26 октября 2023 г.

г. Екатеринбург

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> (заместитель руководителя Управления), рассмотрев заявление <...> (вх.№18835/23 от 30.08.2023), перенаправленное ЦЕО Управления Роспотребнадзора по Свердловской области, а также аналогичное заявление (вх.№19917-ЭП/23 от 13.09.2023), перенаправленное из ФАС России, о распространении по адресу г. Екатеринбург, ул. Михеева, 2, рекламы «Табак №1 одноразки РОД-системы аксессуары аренда кальяна жижи табак» путем установки щита на автомобиль марки ВАЗ с государственным регистрационным номером О 083 ТР/96, а также о распространении в г. Екатеринбурге по ул. Академика Вонсовского, 19, у входа в помещение магазина «Табак №1» рекламной конструкции с рекламой «Табак №1» в виде флага с признаками нарушения п.8 ст.7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

**УСТАНОВИЛ:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление <...> (вх.№18835/23 от 30.08.2023), перенаправленное ЦЕО Управления Роспотребнадзора по Свердловской области, а также аналогичное заявление (вх.№19917-ЭП/23 от 13.09.2023), перенаправленное из ФАС России, в котором указано следующее: «По адресу г. Екатеринбург ул. Михеева 2 на автопарковке находится автомобиль марки ВАЗ г/н О 083 ТР/96 с рекламным щитом табачной продукции «Жижи, табак и т. д.», и стрелкой указано направление к магазину «Табак №1». Данный магазин табачной продукции находится в соседнем доме по адресу ул. Академика Вонсовского 19. 10.08.2023 я заходил в магазин, где отсутствует информационный стенд для покупателя, и попросил информацию об их предпринимательстве, на что продавец по имени <...> (со слов продавца) ответил, что не может предоставить мне никакой информации об их предприятии, как оно называется, кем является руководитель или директор данного магазина. После чего я обратился к продавцу с просьбой убрать незаконно установленный рекламный щит, рекламирующий табачную продукцию по адресу ул. Михеева 2. На что продавец <...> ответил, что данная реклама согласована с управляющей компанией и не нарушает закон. В управляющей компании ЖК Территория Запад мне пояснили, что данная парковка, на которой стоит авто с рекламным щитом, им не принадлежит, и ничего они не согласовывали. Затем я позвонил по номеру телефона, находящемуся на двери данного магазина 89122380938, на звонок ответил молодой человек (имени я не помню), который пояснил, что он находится в офисе на Малышева. С молодым человеком состоялся небольшой разговор, в вежливой форме я попросил его обратиться к его руководству для того, чтобы они убрали рекламу, принадлежащую их магазину, т. к. данная реклама нарушает ФЗ - 15. На что конкретного ответа я не получил. Так же я узнал, что к продавцу данного магазина уже неоднократно обращались жители наших домов о том, чтобы убрали рекламу.

Прошу привлечь владельца данного магазина «Табак №1», находящегося по адресу г. Екатеринбург ул. Академика Вонсовского, 19, к ответственности и устранить незаконно установленную рекламу. Мы и наши соседи каждый вечер с детьми прогуливаемся по пешеходной дорожке и натываемся на эту рекламу, призывающую травиться».

Спорная информация, распространенная в г. Екатеринбурге по ул. Михеева, 2, и по ул. Академика Вонсовского, 19, (№1 и №2 соответственно), имеет следующее содержание:



Законодательством Российской Федерации согласно ч. 4 ст. 5 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» могут быть установлены виды информации в зависимости от ее содержания или обладателя. При

этом под **рекламой** в ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) понимается 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); под **объектом 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); под **товаром** – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (п.3).

Системный анализ гражданского законодательства Российской Федерации свидетельствует о том, что объектом рекламирования может выступать тот **товар**, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который **можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров**. Соответственно, реклама товара всегда представляет собой **информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров**. Рекламой признается информация, позволяющая четко обозначить, индивидуализировать конкретный объект рекламирования, выделить его среди однородных товаров и сформировать к нему интерес в целях продвижения на рынке, в том числе в случае размещения такой информации на рекламных конструкциях.

По мнению ФАС России к рекламе относятся направленные на продвижение на рынке адресованные неопределенному кругу лиц сведения о:

- **наименовании товара и/или его описании, характеристиках, свойствах**,
- наименовании юридического лица или названии его торгового предприятия, в том числе с указанием профиля его деятельности, контактной информацией,
- результатах интеллектуальной деятельности, в частности произведениях науки, литературы и искусства; программах для электронных вычислительных машин; базах данных; изобретениях,
- названии мероприятия любого характера (культурном, спортивном и т.п.), его описании, в том числе о месте и сроках его проведения.

При этом, указание исключительно на профиль деятельности организации «Аптека», «Супермаркет», «Салон красоты» (т.е. без указания обозначения, индивидуализирующего данную организацию, - наименования, товарного знака), не подпадает под понятие рекламы.

Таким образом, характер информации и ее отнесение к рекламе либо не рекламе связан исключительно с ее **целевой направленностью** на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П, реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

В соответствии с позицией, изложенной в пункте 16 Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 №37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

В вышеуказанной спорной информации (№1 и №2) сообщено наименование продавца - магазин «Табак №1», в сообщении №2 также указан перечень реализуемых товаров и оказываемых магазином «Табак №1» услуг (*Табак №1 одноразки POD-системы аксессуары аренда кальяна жижи табак*), что позволяет выделить конкретный хозяйствующий субъект, сформировать к нему

интерес с целью его продвижения на рынке, информация обладает распознаваемостью для потребителя.

Вышеуказанная информация привлекает интерес к конкретному хозяйствующему субъекту, осуществляющему деятельность в магазине «Табак №1», дает явное представление об осуществляемой данным лицом деятельности, по своему содержанию явно направлена на привлечение внимания и поддержание интереса потребителей как к продавцу, его услугам, так и к ассортименту реализуемой продукции.

Согласно ч.2 ст.20 Закона о рекламе использование транспортных средств исключительно или преимущественно в качестве передвижных рекламных конструкций, в том числе переоборудование транспортных средств для распространения рекламы, в результате которого транспортные средства полностью или частично утратили функции, для выполнения которых они были предназначены, переоборудование кузовов транспортных средств с приданием им вида определенного товара, **запрещается**.

**Использование транспортного средства исключительно или преимущественно в качестве передвижной рекламной конструкции**, в том числе переоборудование транспортного средства для распространения рекламы, в результате которого транспортное средство полностью или частично утратило функции, для выполнения которых оно было предназначено, переоборудование кузова транспортного средства с приданием ему вида определенного товара, образует событие предусмотренного **ч.2 ст.14.38 КоАП РФ** административного правонарушения.

На запрос Свердловского УФАС России (исх.№ДШ/18140/23 от 12.09.2023) ООО «Территория-Атом» сообщило (вх.№21334-ЭП/23 от 29.09.2023), что на 29.09.2023 указанное транспортное средство стоит на одном месте и распространяет спорную рекламу, то есть используется в качестве передвижной рекламной конструкции.

Согласно п.2 ч.1 и ч.2 ст.28.1 КоАП РФ поводами к возбуждению дела об административном правонарушении являются поступившие из государственных органов материалы, содержащие данные, указывающие на наличие события административного правонарушения. Указанные в **частях 1 и 1.1** настоящей статьи материалы, сообщения, заявления подлежат рассмотрению должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях.

Протоколы об административных правонарушениях, предусмотренных ч.2 ст.14.38 КоАП РФ, на основании п.1 ч.2 ст.28.3 КоАП РФ вправе составлять должностные лица органов внутренних дел (полиции).

На основании вышеизложенного, руководствуясь п.2 ч.1 ст.28.1 КоАП РФ, Свердловское УФАС России направило в адрес УМВД России по г. Екатеринбургу (исх.№ОК/20340/23 от 12.10.2023) являющиеся поводом к возбуждению дела об административном правонарушении материалы, содержащие данные, указывающие на наличие события административного правонарушения, предусмотренного ч.2 ст.14.1 КоАП РФ.

В соответствии с **п.8 ст.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.

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.

Законом о рекламе установлен безусловный запрет на рекламу любой табачной продукции, что отвечает законодательным тенденциям, направленным на ужесточение ответственности за распространение подобной рекламы, а также ограничение курения любых табачных изделий (Федеральный **закон** от 23.02.2013 №15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака») (Постановление Арбитражного суда Волго-Вятского округа от 08.08.2018 №Ф01-2802/2018 по делу №А38-10275/2017).

Ответственность за нарушение требований, установленных ст.7 Закона о рекламе, несет как рекламодатель, так и рекламодателем (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).

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

**Министерство по управлению государственным имуществом Свердловской области** (далее – МУГИСО, Министерство) сообщило (вх.№20802/23 от 25.09.2023), что в целях выявления рекламного носителя Министерством организованы выездные мероприятия, по результатам которых 19.09.2023 установлено, что по обозначенному адресу у входа в помещение магазина «Табак № 1» конструкция вида «флаг» отсутствует. Представлены фотоматериалы, подтверждающие отсутствие рекламного носителя:



**ООО «Территория-Атом»** сообщило (вх.№21334-ЭП/23 от 29.09.2023), что арендатором нежилого помещения с кадастровым номером № 66:41:0404012:6765 (магазин «Табак № 1») является ИП <...> (ОГРНИП 322665800225232).

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 антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утв. Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922,

#### ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №066/05/7-3767/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель: <...>,

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

**ИП** <...> (ОГРНИП: 322665800225232, ИНН: 667203838606, дата присвоения ОГРНИП: 01.12.2022).

3. Назначить дело к рассмотрению на **20 ноября 2023 г. в 14 час. 00 мин.** (время местное, московское время 12-00) по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседания комиссии (каб. 314) путем проведения видеоконференцсвязи через систему TrueConf, для участия в которой в указанное время необходимо перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/2039579654>

Руководство участника видеоконференцсвязи размещено по ссылке: <https://sverdlovsk.fas.gov.ru/news/11212>.

Подключение и исправность технических устройств связи необходимо проверить заблаговременно, до начала рассмотрения дела. Документы, подтверждающие полномочие лиц, участвующих в рассмотрении дела, и документы, удостоверяющие их личность, необходимо направить заблаговременно по адресу электронной почты – [to66@fas.gov.ru](mailto:to66@fas.gov.ru) (с сопроводительным письмом и указанием номера данного дела, исходящего номера данного документа).

5. ИП <...> на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок до **15 ноября 2023 г.** следующие документы и сведения:

- 1) копию паспорта (разворот страниц с фотографией и пропиской);
- 2) копии утвержденных макетов рекламы;
- 3) копии всех договоров, связанных с производством и распространением спорной рекламы как на автомобиле, так и на флаге, включая все имеющиеся приложения;
- 4) сведения о владельце транспортного средства с государственным регистрационным номером О 083 ТР/96 (с указанием его контактных данных);
- 5) сведения о стоимости рекламной кампании;
- 6) сведения о периоде распространения рекламы;
- 7) копии материалов, подтверждающих демонтаж рекламы (в случае его осуществления);
- 8) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства, а именно, п.8 ст.7 Закона о рекламе.

*Явка лиц, участвующих в деле, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.*

*Управление информирует о возможности представить расписку о выборе формы получения процессуальных документов (указать номер дела) путем их направления по адресу электронной почты, указанной в расписке, с подтверждением того, что такой способ получения процессуальных документов будет являться надлежащим уведомлением (расписка должна быть заполнена физическим, должностным лицом лично либо законным представителем юридического лица с приложением надлежащим образом заверенной копии документа, подтверждающего полномочия).*

П. 29 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 24 ноября 2020 г. № 1922):

Стороны и заинтересованные лица со дня возбуждения дела вправе:

- а) знакомиться с материалами дела (за исключением сведений, составляющих государственную и иную охраняемую законом тайну) и делать выписки из них;
- б) давать устные и письменные объяснения;
- в) представлять доказательства по делу и участвовать в их исследовании;
- г) заявлять ходатайства;
- д) делать заявления;
- е) возражать против заявлений и доводов других лиц;
- ж) пользоваться другими правами, предусмотренными законодательством Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>