



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о прекращении производства по делу № 40

07 февраля 2019 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,
<...> – заместитель начальника отдела контроля органов власти, член Комиссии,
<...> – специалист-эксперт отдела контроля органов власти, член Комиссии,
при участии в качестве:

- заявителя – физического лица (не явилось, сведения об извещении отсутствуют),
- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

ИП <...> (ОГРНИП 315665800084432) – не явилась, нет сведений об извещении,

ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг» (далее – *ООО «ФМСМ»*) – <...> (доверенность № 3531 от 21.06.2018), <...> (доверенность №№ 3512 от 14.06.2018, 3519 от 20.06.2018),

- заинтересованного лица – Управление Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека по Свердловской области – не явилось, сведения об извещении отсутствуют;

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), дело № 40, возбужденное по признакам нарушения п. 8 ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 40 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено в отношении ИП <...> определением от 08.10.2018 на основании сведений, содержащихся в заявлении физического лица (вх. № 01-15167 от 20.07.2018) о распространении рекламы на дверях магазина «Пивная лавка», расположенного в г. Екатеринбурге по ул. Академика Бардина, 21А, с признаками нарушения п. 8 ст. 7 Закона о рекламе.

Рассмотрение дела определением от 08.10.2018 назначено на 15.11.2018 в 11 час. 00 мин. Определением от 15.11.2018 отложено на 12.12.2018 в связи с необходимостью получения антимонопольным органом дополнительных доказательств, а также в связи неявкой на рассмотрение дела в антимонопольный орган лиц, участвующих в деле,

поскольку в указанное время ИП <...> на заседание комиссии не явилась, запрашиваемые сведения не представила, сведения о надлежащем извещении ИП <...> в Свердловском УФАС России отсутствуют. Определением от 12.12.2018 рассмотрение дела отложено на 07.02.2019 в 16 час. 00 мин. в связи с необходимостью получения антимонопольным органом дополнительных доказательств и привлечением к участию в рассмотрении дела в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (рекламодателя) ООО «ФМСМ».

При рассмотрении дела установлено следующее.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области, поступило заявление физического лица (вх. № 01-15167 от 20.07.2018) с жалобой на распространение 16.07.2018 на дверях магазина «Пивная лавка» (ИП <...>, ОГРНИП 315665800084432), расположенного в г. Екатеринбурге по ул. Академика Бардина, 21А, рекламы курительных принадлежностей «IQOS». Заявитель просит привлечь указанное лицо к ответственности.

Согласно заявлению, на дверях магазинов распространялась реклама следующего содержания: *«Мы дружим с IQOS. 18+. Продажа несовершеннолетним запрещена»*.

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.

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).

ИП <...> в письменных пояснениях (вх. № 01-26712 от 10.12.2018), а также ее представитель при рассмотрении дела, сообщила следующее.

ИП <...> не осуществляет распространение какой-либо рекламы табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей и действуя в полном соответствии с требованиями действующего законодательства.

В магазине «Пивная лавка» (г. Екатеринбург, ул. Академика Бардина, 21А) продаются и стики «HEETS», и устройство «IQOS».

Наклейка с указанной выше информацией была размещена на двери магазина на основании договора об оказании услуг № 4506529 от 13.11.2017, заключенного с ООО «Филип Моррис Сэйлз энд Маркетинг».

Рассматриваемая наклейка не может быть квалифицирована как реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей в силу следующего:

1. IQOS существенно отличается от сигарет и не предназначен для курения.

IQOS - это инновационное электронное устройство для нагревания табака, которое используется со специально разработанными нагреваемыми табачными палочками (стиками) HEETS.

Устройство IQOS было разработано компанией Филип Моррис Интернэшнл для совершеннолетних курильщиков, которые не хотят отказываться от потребления табака.

Устройство IQOS состоит из двух основных элементов: держателя, в который вставляется табачный стик, и зарядного устройства (аккумулятора), которое предназначено для подзарядки держателя после каждого использования. Держатель содержит сложный нагревательный элемент, который нагревает табак в стике, не сжигая его. В результате нагревания образуется аэрозоль, который вдыхает потребитель. Поскольку горения и тления табака не происходит, при использовании стика не образуется табачный дым и пепел в отличие от сигарет.

Утверждение Свердловского УФАС о том, что устройство IQOS предназначено непосредственно для курения, не соответствует действительности. Согласно п. 1 ст. 2 Федерального закона от 23.02.2013 №15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего дыма и последствий потребления табака» (далее – Федеральный закон №15-ФЗ) курение табака – это использование табачных изделий в целях вдыхания дыма, возникающего от их тления, В то же время, как отмечено выше, в результате использования IQOS тление табака не происходит и табачный дым не образуется. Таким образом, основания считать процесс употребления табачных стиков с IQOS курением отсутствуют.

Аналогичные выводы подтверждаются ответом Территориального отдела Управления Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителя и благополучия человека по Свердловской области, № 66-08-14/14-12373-2018 от 20.08.2018, в котором указано, что продукция IQOS не регулируется ТР ТС 035/2014 «Технический регламент на табачную продукцию», и не подпадает под ограничения Федерального закона №15-ФЗ. Данное заключение сделано Управлением на основании того, что IQOS не предназначен ни для курения, ни для сосания, жевания или нюханья.

2. Положения п. 8 ст. 7 Закона о рекламе не могут быть применены к IQOS.

Являясь электрическим устройством, IQOS не содержит табак и поэтому его нельзя отнести к табаку, табачной продукции и табачным изделиям. Табачные стики продаются отдельно, и на рассматриваемой наклейке отсутствует как изображение стиков так и товарный знак, под которым они продаются.

Закон о рекламе не содержит определения курительных принадлежностей. Исходя из буквального толкования курительными принадлежностями могут считаться вещи, использование которых связано с процессом курения. Такое толкование подтверждается перечнем курительных принадлежностей в Законе о рекламе, который включает трубки, кальяны, сигаретную бумагу и зажигалки, т.е. приспособления, непосредственно связанные с процессом курения табака.

Устройство IQOS не может быть признано курительной принадлежностью, поскольку его использование не включает процесс курения. Как описано выше, в процессе использования IQOS происходит нагревание табачного стика и выделение аэрозоля вдыхаемого потребителем. Использование IQOS исключает процесс горения табака и выделение табачного дыма.

Таким образом, запрет рекламы, установленный пунктом 8 статьи 7 Закона о рекламе, на IQOS не распространяется.

Указанное подтверждается письмом Управления Федеральной антимонопольной службы по городу Москве от 16.08.2017 № ИП/41171/17 «О Решении Комиссии ФАС по городу Москве по делу № 3-7-70/77-17». В указанном письме антимонопольный орган разъяснил, что изображение устройства IQOS, не сопровождающаяся изображениями табачной продукции и процесса курения табака, не нарушает запрет, указанный в п. 8 ст. 7 Закона о рекламе.

Применительно к рассматриваемой наклейке следует отметить, что на ней отсутствуют какие-либо изображения табака, табачных изделий, табачной продукции и процесса курения. Также, как указано выше, отсутствуют на данной наклейке изображения табачных стиков, равно как и ссылки на них или индивидуализирующий их товарный знак HEETS. Таким образом, информация размещенная на рассматриваемой наклейке, согласуется с разъяснениями антимонопольного органа, предоставленными в указанном письме, и не противоречит п. 8 ст. 7 Закона о рекламе.

3. Рассматриваемая наклейка носит информационный характер

По своей сути информация, размещенная на наклейке, была направлена на то, чтобы информировать потребителей о том, что устройство IQOS доступно для приобретения в магазине «Пивная лавка». В магазине так же размещены материалы, о иной продукции, имеющейся в продаже в магазине «Пивная лавка».

Тот факт, что рассматриваемое объявление было размещено непосредственно в месте продажи соответствующего товара, свидетельствует о его нерекламном характере. Указанное подтверждается Постановлением Пленума ВАС РФ №58 от 08.10.2012, в котором отмечено, что не следует рассматривать в качестве рекламы размещение информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

По смыслу ст. 2 Закона о рекламе, объявления, преследующие информационные цели, не могут считаться рекламой, что неоднократно подтверждалось ФАС России.

ИП <...> полагает недопустимым лишение ее возможности доводить до сведения покупателей информацию об ассортименте продукции, находящейся в продаже. В магазине не продаются какие-либо товары, запрещенные к обращению в гражданском обороте на территории Российской Федерации. Устройство IQOS является незапрещенным продуктом, соответствующим всем нормативным требованиям, и его реализация разрешена в торговых точках подобных моему магазину.

ИП <...> отмечает, что ситуация с подобного рода информационными сообщениями рассматривалась на уровне центрального аппарата ФАС России. Согласно письму ФАС России №АК/57204/18 от 24.07.2018 «Об отнесении информации к рекламе», если информация *"не содержит дополнительных изображений, образов, слоганов и иной информации, выходящей за пределы необходимого информирования о реализуемом товаре, размещена в месте продажи соответствующих товаров и предназначена для информирования потребителей о возможности приобретения в данном месте стиков для IQOS"*, то такая информация, исходя в том числе из способа и манеры ее исполнения и места размещения, не преследует целей, стоящих перед рекламой, и рекламой не является, требования Федерального закона «О рекламе» на такую информацию не распространяются.

Руководствуясь правовой позицией ФАС России, изложенной в указанном письме, Управление Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области прекратило производство по делу Р18/38-7, которое было возбуждено в связи со схожими обстоятельствами.

Таким образом, ИП <...> просит Свердловское УФАС прекратить производство по делу №40 в отношении ИП <...> в связи с отсутствием в ее действиях фактов нарушения законодательства о рекламе.

ООО «ФМСМ» при рассмотрении дела сообщило следующее.

С тем, что устройство «IQOS» является курительной принадлежностью, реклама которого является нарушением п. 8 ст. 7 Закона о рекламе, ООО «ФМСМ» не согласно, в силу следующего. Так как устройство «IQOS» представляет собой достаточно инновационный продукт, электрический прибор, который был разработан компанией «Philip Morris International» для того, чтобы предложить менее вредную альтернативу тем совершеннолетним курильщикам, которые не собираются отказываться от потребления табака. В этой связи, был разработан данный прибор, который стал результатом достаточно значительных инвестиций и научных исследований.

Электрический прибор «IQOS» состоит из 2 частей: зарядного устройства и держателя. Основное отличие «IQOS» от курения сигарет в том, что, если сигарету если

сигарету нужно поджигать и в результате она начинает гореть и тлеть (происходит тление), а курильщик вдыхает продукты горения. При курении сигарет температура горения достигает 700 градусов, а при использовании устройства «IQOS» температура равна 350 градусам и горения не происходит. Табачный стик нагревается, никотин начинает выделяться методом нагревания.

В Федеральном законе от 23.02.2013 №15-ФЗ «Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака» предусмотрены 4 способа потребления табака: курение, сосание, жевание, нюханье. Таким образом, устройство «IQOS» технически, а также юридически под указанные способы не подходит, то есть указанный федеральный закон на продукцию «IQOS» не распространяется.

Нагревательный элемент в устройстве «IQOS», содержащийся в табачном стике, табак не воспламеняет, а только нагревает. Соответственно процессов горения и тления табака не происходит.

Основным фактором, определяющим вред от курения, является табачный дым. Преимущество устройства «IQOS» в том, что в ходе его использования табачный дым не образуется (образуется аэрозоль, который состоит на 80% из дыма).

Согласно п. 1 ст. 2 Федерального закона № 15-ФЗ, курение табака – использование табачных изделий в целях вдыхания дыма, возникающего от их тления. При использовании устройства «IQOS» ни тления, ни горения не происходит, в связи с чем, использование устройства, по мнению ООО «ФМСМ», курением называть нельзя.

На основании указанного, положения п. 8 ст. 7 Закона о рекламе, на рекламу устройства «IQOS» не распространяются, в силу следующего. Во-первых, устройство «IQOS» не является табаком, табачной продукцией, табачным изделием либо курительной принадлежностью, и само в себе табак не содержит. Табачные стики, которые используются совместно с «IQOS» продаются отдельно и под другим товарным знаком «HEETS». Устройство «IQOS» курительной принадлежностью также не является, так как исходя из положений п. 8 ст. 7 Закона о рекламе, курительными принадлежностями являются трубки, кальяны, сигаретная бумага, зажигалки.

В УФАС по г. Москве при рассмотрении дела Управлением пояснило, что информация об устройстве «IQOS» не будет подпадать под ограничение п. 8 ст. 7 Закона о рекламе в том случае, если она не будет сопровождаться изображениями табачных стиков и табачных изделий, и если не будет сопровождаться информацией о процессе курения. Тюменским УФАС России рассмотрено дело по факту размещения наклеек, размещаемых в местах продаж, в результате производство по делу было прекращено, в том числе на основании разъяснений ФАС России.

Использование устройства «IQOS» предполагается со стиками, выпускаемыми также ООО «ФМСМ» под брендом «HEETS». Только при использовании табачных стиков, концепция создания «более полезной альтернативы курению» работает.

Использование табачных стиков «HEETS» возможно только с устройством «IQOS». Устройство производится в Малайзии и Китае, табачные стики производились на фабрике, расположенной в Италии (Болонья), в настоящий момент стики производятся на фабрике «Филипп Моррис Ижора», которая расположена в Ленинградской области. Поставки из Италии на данный момент не осуществляются.

При рассмотрении дела 07.02.2019 ООО «ФМСМ» сообщило, что электронную систему нагревания табака «IQOS» можно использовать исключительно с табачными стиками «HEETS».

Регистрация товарного знака «IQOS» по 34 классу МКТУ («табак, необработанный или обработанный...») не означает, что электронная система нагревания табака «IQOS» используется для курения. Такая классификация выбрана для того, чтобы обеспечить большой объем правовой охраны товарного знака для недопущения использования его третьими лицами (реализация сигарет, различных устройств под товарным знаком «IQOS»).

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).

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).

На дверях магазина «Пивная лавка» (ИП <...>, ОГРНИП 315665800084432), по адресу: г. Екатеринбург, ул. Академика Бардина, 21А, распространялась информация

следующего содержания: *«Мы дружим с IQOS. 18+. Продажа несовершеннолетним запрещена».*

За исх. № 16738 от 13.09.2018 Свердловским УФАС России в адрес территориальных органов ФАС России направлен запрос о распространении рекламы на подведомственной им территории, а также о возбуждении дел по факту распространения вышеуказанной рекламы. Поскольку Свердловским УФАС России было установлено, что в соответствии с пунктами 3, 4 Правил рассмотрения дел, распространение рекламы осуществляется только на территории, подведомственной Управлению, постольку по результатам рассмотрения обращения физического лица возбуждено дело № 40 по признакам нарушения п. 8 ст. 7 Закона о рекламе в отношении ИП <...>

При рассмотрении дела ООО «ФМСМ» указало, что наклейки с использованием товарного знака «IQOS» распространяются на территории многих других субъектов Российской Федерации.

Свердловским УФАС России за исх. № 645 от 18.01.2019 направлен запрос в ФАС России о принятии дела к своему производству в целях обеспечения единообразия на всей территории Российской Федерации.

ФАС России (вх. № 01-117М от 04.02.2019) на запрос Управления, указало следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе» 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.

Вместе с тем, согласно п. 3 ч. 2 статьи 2 Федерального закона «О рекламе» данный Федеральный закон не распространяется на справочно-информационные и аналитические материалы (обзоры внутреннего и внешнего рынков, результаты научных исследований и испытаний), не имеющие в качестве основной цели продвижение товара на рынке и не являющиеся социальной рекламой.

По мнению ФАС России, не является рекламой информация о производимых или реализуемых товарах, размещенная на официальном сайте производителя или продавца данных товаров, если указанные сведения предназначены для информирования посетителей сайта об ассортименте товаров, условиях их приобретения, ценах и скидках, правилах пользования, также не является рекламой информация о хозяйственной деятельности компании, акциях и мероприятиях, проводимых данной компанией, контрагентах данной компании и т.п., следовательно, на такую информацию положения Федерального закона «О рекламе» не распространяются.

Учитывая изложенное, информация о товарах, размещенная на официальном сайте производителя таких товаров в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», если такая информация не направлена на выделение объекта рекламирования, привлечение внимания и формирование интереса к товару (работе, услуге), его изготовителю и/или продавцу, рекламой не является, и требования Федерального закона «О рекламе» на указанную информацию не распространяются.

Также, в соответствии с п. 2 ч. 2 ст. 2 Федерального закона «О рекламе» данный Федеральный закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом.

Согласно ч. 1 ст. 10 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» изготовитель (исполнитель, продавец) обязан своевременно предоставлять потребителю

необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора. По отдельным видам товаров (работ, услуг) перечень и способы доведения информации до потребителя устанавливаются Правительством Российской Федерации.

Часть 2 статьи 10 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» содержит перечень информации о товарах (работах, услугах), обязательной для доведения изготовителем (исполнителем, продавцом) до сведения потребителей.

При этом в соответствии с ч. 3 ст. 10 Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей» информация, предусмотренная п. 2 данной статьи, доводится до сведения потребителей в технической документации, прилагаемой к товарам (работам, услугам), на этикетках, маркировкой или иным способом, принятым для отдельных видов товаров (работ, услуг).

Следовательно, информация о товарах, размещенная в месте продажи товаров, являющаяся обязательной к размещению в данном месте в силу требований Закона Российской Федерации «О защите прав потребителей», и если при этом такая информация не направлена на привлечение внимания и формирование интереса к товару (работе, услуге), его изготовителю и/или продавцу, рекламой не является, и требования Федерального закона «О рекламе» на такую информацию не распространяются.

С учетом изложенного, информация о системе нагревания табака «IQOS», размещенная в месте продажи таких товаров, а также на сайте в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по адресу <http://www.iqos.ru> рекламой не является, и требования Федерального закона «О рекламе» на такую информацию не распространяются.

Считаем необходимым подчеркнуть, что антимонопольные органы в рамках осуществления государственного надзора в сфере рекламы осуществляет оценку рекламы систем нагревания табака на предмет её соответствия требованиям Федерального закона «О рекламе» и в случае выявления нарушений в такой рекламе привлекают виновных лиц к ответственности.

При этом п. 8 ст. 7 Федерального закона «О рекламе» закреплено, что не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Электрические системы нагревания IQOS и GLO используются в настоящее время как средства доведения до потребителя табачных изделий – табака нагреваемого. Способ доведения – нагревание отличается от традиционного – путем горения (тления). Однако общий смысл для потребителя процесса остается прежним курение табачных изделий. Следовательно, в настоящий момент реклама электрических систем нагревания IQOS и GLO может ассоциироваться у потребителя с процессом употребления табачных изделий, только новым способом.

Нельзя не отметить, что данные устройства представляют из себя обыкновенные аэрозольные нагреватели, которые потенциально могут быть использованы для других целей, например, медицинских, или как средство для доведения до потребителя веществ, не содержащих никотин. В этих случаях, действительно, можно будет рассматривать электрическую систему нагревания, как отдельный товар, используемый в различных целях, в том числе лечебных и профилактических.

Таким образом, на рекламу электрических систем нагревания IQOS и GLO как аэрозольных нагревателей при определенных условиях могут не распространяться требования и запреты, установленные Федеральным законом «О рекламе».

Так, например, в рекламе системы нагревания IQOS и GLO, содержащей информацию, позволяющую отнести такие системы к системам нагревания табака, в том числе при размещении в рекламе указания на используемые в данных системах нагревания картриджах, содержащих никотин, могут усматриваться признаки нарушения пункта 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

Вместе с тем, на саму по себе рекламу электрических систем нагревания IQOS и GLO как аэрозольных нагревателей, не содержащую указания на используемые в данных системах нагревания картриджах содержащих никотин, по мнению ФАС России, не распространяются запреты, установленные п. 8 ст. 7 Федерального закона «О рекламе».

Учитывая изложенное, в рекламе системы нагревания IQOS с выражением «*Мы дружим с IQOS 18+. Продажа несовершеннолетним запрещена*» признаков нарушения п.8 ст. 7 Федерального закона «О рекламе» не усматривается.

В соответствии с пп. «а» п. 36 Правил рассмотрения дел производство по делу может быть прекращено в случае неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу о необходимости прекращения производства по делу № 40 в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пп. «а» п. 36 Правил рассмотрения дел, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 40 прекратить.

Председатель комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>