



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА №066/05/7-1442/2023 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К РАССМОТРЕНИЮ

26 апреля 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 физического лица (вх.№7084-ЭП/23 от 03.04.2023), перенаправленное ФАС России, о распространении 11.03.2023 в сети интернет по адресу <https://www.pervo.ru/news/politik/66913-assortiment-kaljanov-tabaka-i-drugoj-produkcii-v-internet-magazine-tyaga-store.html> рекламы табака и кальянов, реализуемых в кальянном магазине «Tyaga Store», 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 физического лица (вх.№7084-ЭП/23 от 03.04.2023), перенаправленное ФАС России, о распространении 11.03.2023 в сети интернет по адресу <https://www.pervo.ru/news/politik/66913-assortiment-kaljanov-tabaka-i-drugoj-produkcii-v-internet-magazine-tyaga-store.html> в статье «Ассортимент кальянов, табака и другой продукции в интернет-магазине «Tyaga Store» информации следующего содержания:

The screenshot shows a news article on the Pervo.ru website. The article title is "Ассортимент кальянов, табака и другой продукции в интернет-магазине 'Tyaga Store'". The article is dated 11-03-2023, 12:39. The main image shows a hookah (shisha) with glowing coals on top, emitting smoke. The website header includes the Pervo.ru logo and navigation links for "Новости", "Контакты", and "#мы в соцсетях". On the right side of the page, there is a weather widget for Yekaterinburg showing a temperature of +19°C, wind speed of 4.1 m/s, and a list of exchange rates for EUR and USD.

Кальянокурение превратилось из заморской диковинки в нечто привычное и понятное. Это очень интересный вариант отдыха. Практически в каждом кафе и ресторане предлагают кальян, чтобы один курильщик либо дружная компания смогли расслабиться, повеселиться, развлечься по полной и добиться полноценного релакса. Только не всегда есть время посещать увеселительные заведения. Если преобладает желание в домашних условиях организовывать теплые и дружелюбные встречи с лучшими друзьями, стоит посетить **кальянный магазин "Tyaga Store"**, чтобы купить устройство для курения специальных табачных смесей с фильтрацией и охлаждением пара через жидкость.

Ассортимент реализуемой продукции

На страницах интернет-магазина "Тяга стор" посетители найдут:

1. Кальяны от популярных и проверенных производителей. Есть как бюджетные, так и премиум-класса варианты для искушенных курильщиков и новичков в этом деле. Ключевой параметр при выборе такой продукции - высота. Значение последней у кальянов профессионального уровня должно быть не ниже 40 см, поскольку табак успевает профильтроваться, вкус более приятный и насыщенный.
2. Табачную продукцию для кальяна разной крепости, отличающуюся по вкусу. В ассортименте **табак Element**, Blackburn, Leteam, Cobra, Must Have, Overdoze и множество других. Разнообразие вкусовых вариаций от производителей из России, Турции, Америки и Европы впечатляет. Популярны фруктовые, ягодные, вкусы десертов и прочие. Из табачных смесей можно создавать миксы.
3. Уголь. Различают несколько видов: древесный, саморазжигающийся, кокосовый. Среди числа популярных брендов необходимо выделить Crown, Qoco Turbo, Cocoloco и другие.

4. Комплектующие. Клиенты имеют возможность купить силиконовые шланги ярких цветов (красного, желтого, оранжевого, синего), колбы оригинального дизайна, чаши.

На сайте большой выбор аксессуаров: ершики для колбы и шахты, уплотнители для шланга, фольга, сумки для кальяна, щипцы, **калауд Alpha Hookah** и прочее.

Выгода совершения покупок в кальянном магазине "Tyaga Store"

Торговая площадка популярна среди курильщиков, поскольку здесь:

- ◦ оригинальная продукция, то есть реализуются только сертифицированные товары от проверенных поставщиков;
- ◦ цены от производителя;
- ◦ ассортимент пополняется новинками;
- ◦ регулярно действуют скидки и выгодные акционные предложения.

Доставка осуществляется по Москве, МО и в другие регионы России.



Маркетплейсы могут обязать проверять продавцов и товар

Ветеринар — профессия для желающих помогать животным



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:

- **наименованию товара и/или его описанию, характеристиках, свойствах,**
- наименованию юридического лица или названию 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 статье сообщены наименования как продавца - кальянный интернет-магазин «**Tyaga Store**», так и товара, реализуемого в указанном магазине, в виде указания конкретных марок табака (**Element, Blackburn, Leteam, Must Have, Overdoze**), угля (**Crown, Qoco Turbo, Cocoloco**), комплектуемого для кальяна (калауд **Alpha Hookah**), приведено описание ассортимента реализуемой продукции, описана выгода совершения покупок в указанном кальянном магазине, что позволяет выделить конкретный хозяйствующий субъект и его товар, сформировать к нему интерес с целью его продвижения на рынке, информация обладает распознаваемостью для потребителя.

Совокупность указанной в статье информации привлекает интерес к конкретному хозяйствующему субъекту, осуществляющему деятельность в кальянном интернет-магазине «Tyaga Store», дает явное представление об осуществляемой данным лицом деятельности (реализация кальянов, табачной продукции, угля и комплектующих), по своему содержанию явно направлена на привлечение внимания и поддержание интереса посетителей сайта как к продавцу, так и к ассортименту реализуемой им продукции.

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 №**A38-10275/2017**).

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.

Согласно данным сервиса WHOIS, размещенного на сайте <https://cctld.ru/ru/>, регистратором домена PERVO.RU является АО «Региональный Сетевой Информационный Центр» (RU-CENTER-RU).

АО «РСИЦ» сообщило (вх.№7846-ЭП/23 от 11.04.2023), что администратором домена второго уровня PERVO.RU с 31.10.2005 по настоящее время является <...>.

Положения статьи 2 Федерального закона от 27.07.2006 №149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» устанавливают, что сайтом в сети «Интернет» является совокупность программ для электронных вычислительных машин и иной информации, содержащейся в информационной системе, доступ к которой обеспечивается посредством информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» по доменным именам и (или) по сетевым адресам, позволяющим идентифицировать сайты в сети «Интернет». Доменным именем является обозначение символами, предназначенное для адресации сайтов в сети «Интернет» в целях обеспечения доступа к информации, размещенной в сети «Интернет». Владелец сайта в сети «Интернет» -лицо, самостоятельно и по своему усмотрению определяющее порядок использования сайта в сети «Интернет», в том числе порядок размещения информации на таком сайте.

Таким образом, лицом, отправляющим электронное письмо с применением сайта в сети «Интернет», является владелец сайта в сети «Интернет» (администратор домена). Данное лицо в полном объеме распоряжается и управляет доменом, отвечает за любые действия, совершенные с использованием такого домена, в том числе за направлением электронных сообщений с применением домена, самостоятельно обеспечивает конфиденциальность своей авторизационной информации и несет ответственность за все действия, совершенные с использованием своего логина и пароля, несет риск неблагоприятных последствий, связанных с их утратой.

Таким образом, предполагаемым рекламораспространителем является владелец домена второго уровня PERVO.RU <...>, которое несет ответственность за доступ к принадлежащему ему сайту и его использование в целях распространения рекламы.

В статье «Ассортимент кальянов, табака и другой продукции в интернет-магазине «Tyaga Store» указана активная ссылка - «кальянный магазин «Tyaga Store», при переходе по которой потребитель попадает на сайт <https://tyaga.store>, в разделе «Контакты» указан Индивидуальный предприниматель <...> (ИНН 081408548406), который, таким образом, является предполагаемым рекламодателем.

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 №066/05/7-1442/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель: **физическое лицо**;

- лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства:

1) <...> (<...>);

2) **ИП** <...> (ОГРНИП: 321081600001251, ИНН: 081408548406, дата присвоения ОГРНИП: 01.02.2021, <...>).

Назначить дело к рассмотрению на **24 мая 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/2037877760>

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 (с указанием номера дела).

5. <...> на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 17 мая 2023 г.** следующие документы и сведения:

1) копию паспорта (разворот страниц с фотографией и пропиской);

2) копию утвержденного макета рекламы;

3) копию договора с рекламодателем, включая все имеющиеся приложения;

4) сведения о стоимости рекламной кампании;

5) сведения о периоде распространения рекламы;

6) в случае принятия мер по прекращению распространения спорной рекламы - копии подтверждающих материалов;

7) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения рекламного законодательства, а именно, п.8 ст.7 Закона о рекламе.

6. <...> на основании ст.34 Закона о рекламе представить в Свердловское УФАС России в срок **до 17 мая 2023 г.** следующие документы и сведения:

1) копию паспорта (разворот страниц с фотографией и пропиской);

2) копию утвержденного макета рекламы;

3) копию договора с рекламодателем, включая все имеющиеся приложения;

4) сведения о стоимости рекламной кампании;

5) сведения о периоде распространения рекламы;

6) в случае принятия мер по прекращению распространения спорной рекламы - копии подтверждающих материалов;

7) 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).

Председатель Комиссии

<...>