



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ
О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 066/05/7-369/2024 И НАЗНАЧЕНИИ ДЕЛА К
РАССМОТРЕНИЮ**

12 февраля 2024 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 Органа местного самоуправления «Комитет по архитектуре и градостроительству Каменск-Уральского городского округа (далее – Комитет) (вх. №1093-ЭП/24 от 19.01.2024), а также заявление <...> (вх. №1403-ЭП/24 от 24.01.2024) и аналогичное заявление (вх. № 2405/24 от 07.02.2024), перенаправленное Территориальным отделом Управления Роспотребнадзора по Свердловской области в г. Каменске-Уральском, Каменском районе, Сухоложском и Богдановичевском районах о распространении рекламы магазина табачной продукции «Tasty cloud» путем размещения QR-кодов на окне здания, расположенного по адресу: ул. Алюминиевая, д. 14, г. Каменск-Уральский, Свердловская область, при переходе по которым, открываются Telegram канал и страница магазина в социальной сети «ВКонтакте», где содержится информация о расходных материалах и устройствах для курения, 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 Органа местного самоуправления «Комитет по архитектуре и градостроительству Каменск-Уральского городского округа» (далее – Комитет) (вх. № 1093-ЭП/24 от 19.01.2024), а также заявление <...> (вх. №1403-ЭП/24 от 24.01.2024) и аналогичное заявление (вх. № 2405/24 от 07.02.2024), перенаправленное Территориальным отделом Управления Роспотребнадзора по Свердловской области в г. Каменске-Уральском, Каменском районе, Сухоложском и Богдановичевском районах о размещении наклеек на внешней стороне окон здания, в котором осуществляет деятельность магазин «Tasty cloud», расположенный по адресу: ул. Алюминиевая, д. 14, г. Каменск-Уральский, Свердловская область - информации следующего содержания:

№1 (в виде наклеек на внешней стороне окон):

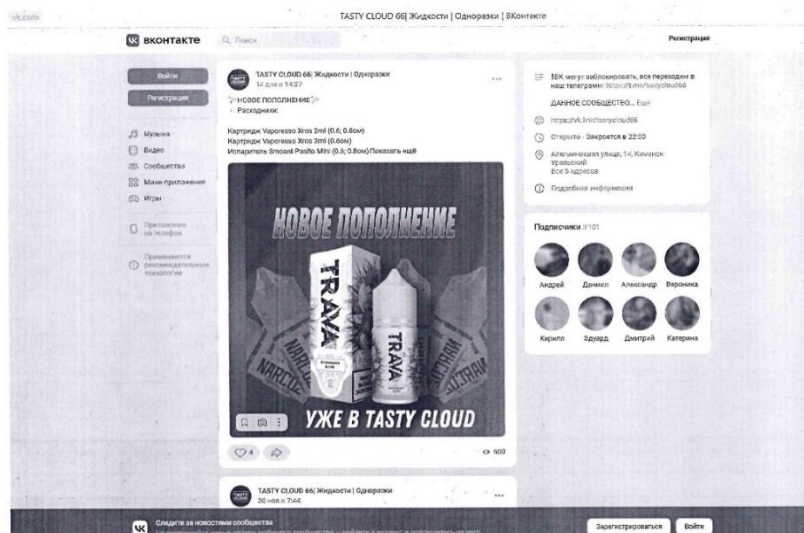
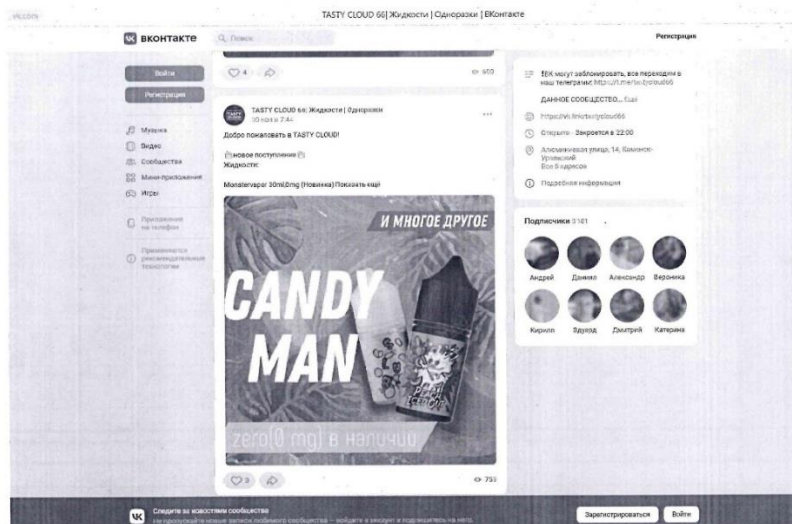
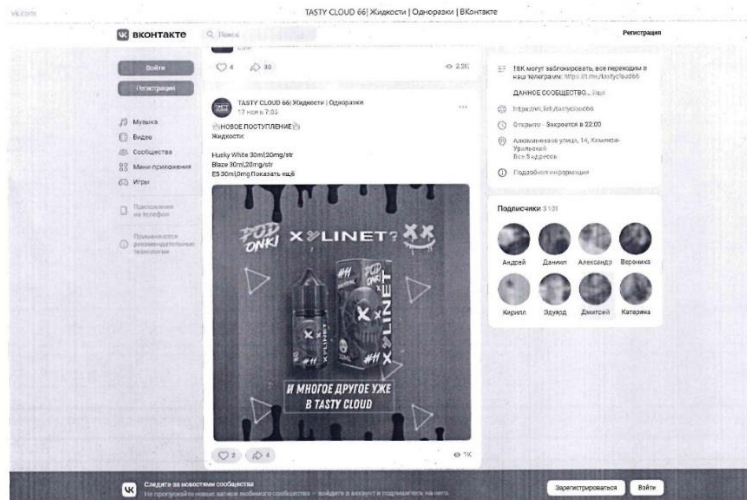
Фото 4- реклама магазина



Фото 5- магазин никотиновой продукции в помещении Почта



При переходе по QR-кодам открываются: Telegram канал и страница магазина в социальной сети «ВКонтакте», где содержится информация о расходных материалах и устройствах для курения.



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.

При этом, в соответствии с п.2 ч.2 ст.2 Закона о рекламе указанный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом.

По мнению ФАС России информация, обязательная к размещению в силу закона или обычая делового оборота, не признается рекламой.

Согласно [пункту 1](#) постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации №58 от 08.10.2012 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» не может быть квалифицирована в качестве рекламы информация, которая обязательна к размещению в силу закона или размещается в силу обычая делового оборота.

При этом *не является рекламой размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения*, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

В соответствии с [пунктом 18](#) Информационного письма Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 №37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе», сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске, в том числе с использованием товарного знака.

В силу пункта 1 статьи 9 Закона Российской Федерации от 07.02.1992 №2300-1 «О защите прав потребителей» (далее - Закон о защите прав потребителей), изготовитель (исполнитель, продавец) обязан довести до сведения потребителя фирменное наименование (наименование) своей организации, место ее нахождения (адрес) и режим ее работы. Продавец (исполнитель) размещает указанную информацию на вывеске.

Исходя из буквального толкования данной [нормы](#) права, на вывеске подлежит размещению определенная, предусмотренная [статьей 9](#) информация, а именно:

- **фирменное наименование организации;**
- место ее нахождения;
- режим работы организации.

То обстоятельство, что информация, обязательная к размещению в силу закона или размещенная в силу обычая делового оборота, приведена не в полном объеме, само по себе не влечет признания этой информации рекламой.

Не следует рассматривать в качестве рекламы и размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей **непосредственно в месте реализации товара**, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Согласно п. 18 Информационного письма Президиума ВАС РФ от 25.12.1998 № 37 «Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе» сведения, распространение которых по форме и содержанию является для юридического лица обязательным на основании закона или обычая делового оборота, не

относятся к рекламной информации независимо от манеры их исполнения на соответствующей вывеске.

К данным сведениям не применяются требования законодательства Российской Федерации о рекламе.

Размещение в месте нахождения организации ее наименования, по мнению специалистов ФАС России, служит целям идентификации данной организации для потребителя и не может рассматриваться как реклама.

Учитывая изложенное, указание на здании в месте нахождения организации ее наименования, в том числе, если такое указание осуществляется с использованием коммерческого обозначения либо фирменного наименования, не может рассматриваться в качестве рекламы.

Соответственно, на вывеску, указанную в заявлениях, не распространяются требования Закона о рекламе.

Информация, указанная на наклейках, которые размещены на окнах («ВЭЙП», «ТАБАК», «КАЛЬЯНЫ», «ЖИДКОСТИ», «ИСПАРИТЕЛИ», «КАРТРИДЖИ», «РОД СИСТЕМЫ, «ОДНОРАЗОВЫЕ ЭС»), также не является рекламой, поскольку не содержит индивидуализирующих какой-либо товар сведений (наименование, марка и т.п.), является перечнем реализуемой продукции, размещение которого в месте реализации такой продукции осуществляется в силу обычая делового оборота.

Между тем, надпись: «И ВСЕ, ЧТО ПО-КАЙФУ», в сочетании с QR-кодами на наклейках, размещенных на втором окне, при переходе по которым становится доступной информация о конкретном хозяйствующем субъекте – магазине табачной продукции «Tasty cloud» и его услугах, являются рекламой, на которую распространяются требования Закона о рекламе.

QR-код служит гиперссылкой, которая позволяет мгновенно получить доступ к данным, содержащимся на ресурсах, к которым данная ссылка отправляет.

Следовательно, в вышеуказанной информации, посредством QR-кодов, сообщены наименования, как продавца - магазин «Tasty cloud», так и товара, реализуемого в указанном магазине, в виде указания конкретных марок курительных принадлежностей (устройств и их расходников), что позволяет выделить конкретный хозяйствующий субъект и его товар, сформировать к нему интерес с целью его продвижения на рынке, информация обладает распознаваемостью для потребителя.

Данная информация привлекает интерес к конкретному хозяйствующему субъекту, осуществляющему деятельность в магазин «Tasty cloud», дает явное представление об осуществляемой данным лицом деятельности (реализация никотинсодержащей продукции), по своему содержанию явно направлена на привлечение внимания и поддержание интереса потребителей как к продавцу, его услугам, 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»).

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.

Заявители сообщили, что деятельность в магазине «Tasty cloud» - по адресу: ул. Алюминиевая, д. 14, г. Каменск-Уральский, Свердловская область, а также распространение рекламы по указанному адресу, с октября 2023 года по настоящее время, осуществляет ИП <...>.

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 № 066/05/7-369/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель №1: **Орган местного самоуправления «Комитет по архитектуре и градостроительству Каменск-Уральского городского округа»** (623400, Свердловская обл., г. Каменск-Уральский, ул. Ленина д. 32);

- заявитель №2: <...>

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства: **ИП <...>**.

3. Назначить дело к рассмотрению на **11 марта 2024 г. в 10 час. 00 мин.** (время местное, московское время 00-00) 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/2967824890>

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 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 **05 марта 2024 г.** следующие документы и сведения:

- 1) копию паспорта (разворот страниц с фотографией и пропиской);
- 2) копию утвержденного макета рекламы;
- 3) копию договора с рекламопроизводителем, 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).

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

<...>