

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 3-01/22-2018

17 декабря 2018 года г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Публичная часть решения объявлена 17 декабря 2018 года.

Судебная коллегия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

рассмотрев дело № 3-01/22-2018 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении XXX по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно по факту распространения по адресу: г. Пенза, ул. Октябрьская, д. 6 рекламы табачной продукции, содержащей признаки нарушения пункта 8 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

на основании:

а) в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – XXX,

представителя ООО «МедиаАльянс»,

УСТАНОВИЛА:

Поступление Федеральной антимонопольной службы по Пензенской области (далее – Пензенское УФАС России) из УМВД России по г. Пензе поступили материалы проверки по факту распространения рекламы табачных изделий. Из представленных материалов следует, что в КУСП №35826 26.09.2018 по инициативе Т. зарегистрировано сообщение по факту рекламирования XXX табачных изделий в киоске сети «Точка», расположенном по адресу: г. Пенза, ул. Октябрьская, д. 6.

УФАС России определением от 30.10.2018 по факту распространения рекламы табачных изделий возбуждено дело № 3-01/22-2018 по признакам нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе. К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен XXX.

В определении Пензенского УФАС России от 27.11.2018 № 4545-3 рассмотрение дела № 3-01/22-2018 откладывалось, срок рассмотрения дела продлен до 14.12.2018. Рассмотрение дела назначено на 17.12.2018 в 14 час. 00 мин.

В письменных пояснениях (вх. от 26.11.2018 № 3581), а также в ходе рассмотрения дела XXX пояснено, что в киоске сети «Точка» по адресу: г. Пенза, ул. Октябрьская, он проводил консультационные сессии о потребительских свойствах табачной продукции British American Tobacco. В указанном киоске он находился в помещении с оказанием услуг ООО «МедиаАльянс», на основании договора № 0109-П от 09.09.2018.

В ходе рассмотрения дела представитель ООО «МедиаАльянс» пояснил, что между ООО «МедиаАльянс» (Исполнитель) и АО «МУМТ» (Заказчик) заключен договор № 1 от 01.06.2016, в соответствии с которым Исполнитель по заданию Заказчика оказывает услуги по проведению консультационных сессий,

завлеченных на информирование совершеннолетних потребителей о характеристиках и потребительских свойствах табачной продукции British American Tobacco. Задания Заказчика оформляются дополнительными приложениями к Договору. В соответствии с дополнительным соглашением №20 от 7.2018 Заказчиком и Исполнителем были утверждены даты и список мест для проведения консультационных сессий. Консультационная сессия не является платной, так как проводится только в тех торговых точках, где представлена продукция British American Tobacco и только с совершеннолетними потребителями табачной продукции. В случае, если консультантом не получено подтверждение того, что лицо является потребителем табачной продукции – консультационная сессия не проводится. Консультационные сессии проводятся на основании Закона «О защите прав потребителей». До потребителей табачной продукции доносились такие потребительские характеристики продукта как: наличие или отсутствие капсулы, МРЦ, особенности фильтра.

Исследованные представленные документы, заслушав пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу.

15 сентября 2018 года XXX в киоске сети «Точка», расположенном по адресу: г. Москва, ул. Октябрьская, д. 6, распространял информацию о табачной продукции British American Tobacco.

В соответствии с представленными XXX документами и сведениями информация, распространяемая в киоске сети «Точка», содержит следующий текст: «Добрый день! Вы курите? – Ответ: Да. Меня зовут xxxx. Я консультант по табачной продукции. Какую марку сигарет Вы предпочитаете? Какой, формат? С капсулой или без?

1. Kent Nano Микс Амбер. В таком случае впервые представляем Вам Kent Nano с уникальным вкусом персика. Активируйте новую капсулу и почувствуйте насыщенный вкус табака с персиковыми нотками. Вы можете купить Kent по цене не выше xxx рублей (МРЦ).

2. Kent Nano. Если потребителю не интересен Kent с капсулой. Тогда хочу вам представить сигареты Kent Nano без капсулы. В этих сигаретах используются новые технологии. Они призваны уменьшить сухость во рту и запах дыма на одежде и руках. В этом магазине вы можете купить Kent Nano по цене xxx руб. (МРЦ в торговой точке).

3. Kent KS. Сейчас в основной линейке сигарет Kent используются новые технологии. Они призваны уменьшить сухость во рту и запах дыма на одежде и руках. Потребители признают Kent наиболее приятным по вкусу среди сигарет стандартного формата. И более миллиона людей в России покупают сигареты этой марки. Вы можете купить обновленный Kent сейчас в этом магазине.

4. Rothmans international. Представляю вам новинку Rothmans international с выдержкой табаков двойной выдержки! Лучшие табаки сорта Вирджиния особенно отбираются и выдерживаются вдвое дольше обычного. Благодаря этому табак приобретает карамельные оттенки и благородный вкус. Уровень никотина в дыме этих сигарет средний – шесть миллиграмм. Вы можете купить Rothmans international по цене не выше xxx руб. (МРЦ).

5. Royals Berry-KS+Demi. По цене xx руб. есть новые сигареты Ротманс Роялс с двойной капсулой и фильтром премиум+, который сохраняет форму во время курения. Если потребителю не интересен Роялс Берри. В таком случае есть

сии... в классическом и компактном формате. Ротмас Роялс – Отборные аки и фильтр мундштук по цене от xx рублей. (цена в торговой точке).

yals Nanokings. По схожей цене есть сигареты Ротманс Роялс Нанокингз – это ррные табаки сигарет Ротманс в компактном формате. Цена в этой торговой e xx рублей (цена в торговой точке).

thmans Аэро Блю (с 2 капсулами). Лидер продаж сигарет с капсулами thmans выпустил новинку с двумя вкусами в одной пачке. Впервые вы можете вивировать ананасовую капсулу, а также сочетать ее с привычной ягодной. ить новый Ротманс Аэро Блю можно по цене не выше 100 руб.

thmans Деми. Представляю вам новый Rothmans Demi с добавлением табачов йной выдержки. Лучшие табаки сорта Вирджиния тщательно отбираются и олнительно выдерживаются при высокой температуре. Благодаря этому табак обретае карамельные оттенки и благородный вкус. Вы можете купить звленные Rothmans Demi по цене не выше xxx рублей (МРЦ).

gue Юник. Юник – это новое предложение от марки Vogue по разумной МРЦ xx

Сигареты с оригинальной фруктовой капсулой. *нажмите на капсулу* имая на капсулу, вы дополняете сбалансированный табачный вкус новыми ктовыми оттенками.

а Белое Золото 78/83 руб. Сейчас в магазинах доступна Ява Белое Золото. ссическая по цене не выше 78 рублей. В этих сигаретах сочетаются диционный вкус и высокие стандарты марки Ява, а это более 60 ступеней троя качества. А еще в линейке Явы Белое Золото есть оригинальная версия азумной МРЦ. О наличии данных сигарет вы можете уточнить у продавца.

а Белое Золото оба по 83 руб. Сейчас в магазинах доступны сигареты Ява е Золото в двух версиях: Классическая и Оригинальная – по цене не выше 83 лей. В этих сигаретах сочетаются традиционный вкус и высокие стандарты ки Ява, а это более 60 ступеней контроля качества. О наличии данных сигарет южете уточнить у продавца».

ласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе, под рекламой понимается ормация, распространяемая любым способом, в любой форме и с льзованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и авленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, мирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. оответствии с письмом ФАС России № АД/45557/18 от 20.06.2018 под пределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее еделены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны воотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования. им образом, под рекламой понимается определенная эрсонифицированная информация, направленная на продвижение объекта ламирования, в том числе если она направляется по конкретному адресу.

этом реклама может иметь целевую аудиторию, к которой относятся некие а, для которых в первую очередь предназначена такая информация. Однако авленность рекламы на неопределенный круг лиц оценивается исходя из занного способа и средства распространения рекламы, а также содержания ой рекламной информации. Если рекламная информация представляет эрес и доступна также и иным лицам, не только входящим в ее целевую

торию, то направленность такой рекламы выходит за пределы целевой аудитории и относится к неопределенному кругу лиц.

соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе, объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности или мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Таким образом, квалификация информации как рекламы либо иного рода информации зависит от совокупности направленности и содержания сведений, приведенных в такой информации.

Если информация отвечает признакам рекламы и имея некую целевую аудиторию (например, проходящие определенной территории), формирует интерес у определенного круга лиц, соответственно, выходит за пределы своей целевой аудитории, такая информация является рекламой и подпадает под действие Федерального закона "О рекламе".

Уточнил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в постановлении 16 информационного письма от 25.12.1998 № 37, информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама этого товара.

Рассматриваемая реклама распространялась XXX в киоске сети «Точка» по адресу: г. Пенза, ул. Октябрьская, д. 6 и была доступна неопределенному кругу лиц.

Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц.

Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является табачная продукция British American Tobacco, а именно сигареты - Kent Nano Микс Амбер, Kent Nano, Kent KS, Rothmans international, Royals Berry-KS+Demi, Royals Nanokings, Rothmans Аэро Блю, Rothmans Деми, Vogue Юник, Ява Белое Золото.

Учитывая изложенное, рассматриваемая информация распространялась на неопределенному кругу лиц, исходя из способа распространения и содержания, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования (табачной продукции British American Tobacco, а именно сигареты - Kent Nano Микс Амбер, Kent Nano, Kent KS, Rothmans international, Royals Berry-KS+Demi, Royals Nanokings, Rothmans Аэро Блю, Rothmans Деми, Vogue Юник, Ява Белое Золото), а следовательно является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе». Согласно пункту 8 статьи 7 Закона о рекламе установлено, что не допускается реклама алкоголя, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Согласно части 4 статьи 2 Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные Законом о рекламе в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации этих 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 Законом о рекламе установлены специальные требования и ограничения.

им образом, Законом о рекламе установлен прямой запрет на привлечение лания потребителей к определенному объекту рекламирования – товарам для зния, так и непосредственно к продавцу таких товаров.

занный запрет введен в Закон о рекламе Федеральным законом от 21.10.2013 74-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об инистративных правонарушениях и Федеральный закон «О рекламе» в связи с нятием Федерального закона «Об охране здоровья граждан от воздействия ужающего табачного дыма и последствий потребления табака» (далее – он о внесении изменений).

асно пояснительной записке к проекту Закона о внесении изменений данный экт подготовлен в целях установления административной ответственности за ушение норм и правил, предусмотренных Федеральным законом «Об охране овеья населения от воздействия окружающего табачного дыма и последствий ебления табака», направленным на совершенствование законодательства в ре охраны здоровья населения от воздействия окружающего табачного дыма «следствий потребления табака с учетом положений Рамочной конвенции мирной организации здравоохранения по борьбе против табака для эршенствования обеспечения охраны таких основополагающих прав граждан, право на охрану здоровья и право на благоприятную окружающую среду тьи 41 и 42 Конституции Российской Федерации).

им образом, установленный запрет направлен на пресечение пространения рекламы товаров, прямо или косвенно относящихся к еблению табака, а равно направлен на ограждение неопределенного круга потребителей рекламы от рекламы продукции, которая вредит их здоровью. асно части 1 статьи 16 Федерального закона от 23.02.2013 № 15-ФЗ «Об ане здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и едствий потребления табака» в целях сокращения спроса на табак и ачные изделия запрещается реклама и стимулирование продажи табака, ачной продукции и (или) потребления табака.

им образом, Российское законодательство не допускает распространение амы табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных адлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигарной бумаги, зажигалок ым способом.

стоящем случае установлено, что рассматриваемая реклама, пространяемая в киоске сети «Точка» по адресу: г. Пенза, ул. Октябрьская, д. ала направлена на привлечение внимания, формирование или поддержание эреса и продвижение рекламы табачной продукции British American Tobacco, а нно сигарет - Kent Nano Микс Амбер, Kent Nano, Kent KS, Rothmans international, als Berry-KS+Demi, Royals Nanokings, Rothmans Аэро Блю, Rothmans Деми, Vogue 1к, Ява Белое Золото.

основании вышеизложенного Комиссия Пензенского УФАС России приходит к зду о наличии в рекламе табачной продукции British American Tobacco, а нно сигарет - Kent Nano Микс Амбер, Kent Nano, Kent KS, Rothmans international, als Berry-KS+Demi, Royals Nanokings, Rothmans Аэро Блю, Rothmans Деми, Vogue 1к, Ява Белое Золото, распространяемой в киоске сети «Точка» по адресу: г. за, ул. Октябрьская, д. 6, факта нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе. ютветствии с пунктом 4 статьи 3 Закона о рекламе, реклама, не

ответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, является ненадлежащей.

Ответственность за нарушение пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе, в соответствии с частями 6, 7 статьи 38 Закона о рекламе несет как законодатель, так и рекламодатель.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Установлено выше, рассматриваемая реклама распространялась ООО «Точка» в сети «Точка» по адресу: г. Пенза, ул. Октябрьская, д. 6, на основании договора об оказании услуг № 0109-П от 01.09.2018, заключенного с ООО «Альянс».

Согласно пункту 1.1 указанного договора (пункт 1.1) является оказание услуги по проведению маркетинговых исследований в виде опросов и/или консультаций, направленных на информирование совершеннолетних потребителей о характеристиках и потребительских свойствах табачной продукции British American Tobacco.

В соответствии с пунктом 2.1.6 указанного Договора (Исполнитель) обязан при оказании услуг соблюдать требования законодательства РФ; соглашений, регулирующих или затрагивающих подобную деятельность.

Таким образом, в данном случае, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Альянс».

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, комиссия пришла к выводу, что ООО «Альянс» нарушил требования пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

Согласно статье 1 Закона о рекламе, целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов недобросовестной рекламы.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить нарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения недобросовестной рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения

зодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 36 Закона о рекламе.

момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России
зательств устранения нарушения требований пункта 8 статьи 7 Закона о
ламе xxx представлено не было.

основании изложенного Комиссия Пензенского УФАС России приходит к
зду о необходимости выдачи XXX предписания о прекращении нарушения
зодательства Российской Федерации о рекламе.

лу части 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламоделателями,
ламопроизводителями, рекламодателями, распространителями законодательства
сийской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в
тветствии с Кодексом Российской Федерации об административных
онарушениях.

оводствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36
дерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами
42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел,
бужденных по признакам нарушения законодательства
ссийской Федерации о рекламе от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

изнать ненадлежащей рекламу табачной продукции British American Tobacco,
менно сигарет - Kent Nano Микс Амбер, Kent Nano, Kent KS, Rothmans
national, Royals Berry-KS+Demi, Royals Nanokings, Rothmans Аэро Блю, Rothmans
и, Vogue Юник, Ява Белое Золото, распространяемую XXX в сентябре 2018
д в киоске сети «Точка» по адресу: г. Пенза, ул. Октябрьская, д. 6, поскольку в
нарушены требования пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

ыдать XXX предписание о прекращении нарушения законодательства о
ламе.

**зредать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского
АС России для возбуждения дела об административном правонарушении,
дусмотренном частью 4 статьи 14.3.1 Кодекса Российской Федерации об
инистративных правонарушениях.**

ение изготовлено в полном объеме 24 декабря 2018 года.