

Категорія справи № 500/1264/26: Адміністративні справи (з 01.01.2019); Справи з приводу реалізації державної політики у сфері економіки та публічної фінансової політики, зокрема щодо; організації господарської діяльності, з них.

Надіслано судом: 29.06.2026. Зареєстровано: 30.06.2026. Забезпечено надання загального доступу: 01.07.2026.

Номер судового провадження: П/500/1437/26



ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ ОКРУЖНИЙ АДМІНІСТРАТИВНИЙ СУД

РІШЕННЯ

ІМЕНЕМ УКРАЇНИ

Справа № 500/1264/26

29 червня 2026 року м. Тернопіль Тернопільський окружний адміністративний суд, у складі головуючої судді Мірінович У.А., розглянувши в порядку письмового провадження адміністративну справу за позовом фізичної особи-підприємця ОСОБА_1 до Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області про визнання протиправними та скасування рішень -

ВСТАНОВИВ:

До Тернопільського окружного адміністративного суду через представника адвоката Скороход Ганну Михайлівну надійшла позовна заява фізичної особи - підприємця ОСОБА_1 до Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області, у якій позивач просить суд:

визнати протиправним та скасувати Рішення Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області від 30.12.2025 р. про зупинення розповсюдження реклами;

визнати протиправним та скасувати Рішення Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області від 30.12.2025 р. № 110 про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу;

визнати протиправним та скасувати Рішення Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області від 30.12.2025 р. № 111 про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу;

визнати протиправним та скасувати Рішення Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області від 30.12.2025 р. № 112 про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу;

визнати протиправним та скасувати Рішення Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області від 30.12.2025 р. № 113 про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу;

визнати протиправним та скасувати Рішення Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області від 22.01.2026 р. № 11 про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу;

визнати протиправним та скасувати Рішення Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області від 22.01.2026 р. № 12 про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу;

визнати протиправним та скасувати Рішення Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області від 22.01.2026 р. № 13 про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу;

визнати протиправним та скасувати Рішення Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області від 22.01.2026 р. № 14 про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу.

В обґрунтування позовних вимог зазначено, що оскаржені рішення прийняті відповідачем за результатами здійснення позапланового заходу державного нагляду (контролю) у воєнний час, дозвіл на проведення якого відповідачем не надано, що суперечить пункту 2 Постанови КМУ № 303 від 13.03.2022. Також відповідачем порушено вимоги Закону № 877-V, оскільки здійснено позаплановий захід державного нагляду (контролю) за відсутності погодження центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у відповідній сфері державного нагляду (контролю); не ознайомлено позивача з підставою проведення такого заходу з наданням копії відповідного посвідчення (направленні); не пред'явлено позивачу чи уповноваженій ним особі перед початком здійснення заходу посвідчення (направлення); здійснено захід за відсутності позивача або уповноваженої ним особи; за результатом заході не складено акт з використанням уніфікованої форми тощо. Крім того, відповідачем допущено порушення вимог Закону № 2073-IX "Про адміністративну процедуру". Також позивач вважає, що відповідач не уповноважений на здійснення контролю за розміщенням зовнішньої реклами, оскільки за позицією Верховного Суду, викладеною у постанові від 27.09.2023 у справі № 160/19656/21, контроль за розміщенням зовнішньої реклами та виявлення відповідних порушень належить до компетенції виконавчого комітету відповідної міської ради.

Щодо суті виявлених порушень, то представник позивача зазначає, що з огляду на перелік об'єктів регулювання, визначений частиною першою статті 22 Закону № 270/96-ВР, її положення та встановлені нею обмеження не поширюються на безтютюнові нікотиновмісні подушечки (паучі), що виключає можливість притягнення позивача до відповідальності за порушення цієї статті. При цьому позивач вважає помилковим твердження відповідача щодо віднесення нікотинових подушечок (паучів) до тютюнових виробів. Позивач вказує, що нікотинові подушечки не є тютюновими виробами в розумінні Закону № 2899-IV, а тому не вважається тютюновими виробами і відповідно до Закону № 270/96-ВР. Вважає, що нікотинові подушечки - це самостійний вид нікотиновмісних виробів, які не містять тютюну, не є лікарськими засобами і не пов'язані з процесом куріння чи нагрівання.

Ухвалою суду від 11 березня 2026 позовну заяву прийнято до розгляду та відкрито провадження у даній справі, ухвалено судовий розгляд справи проводити за правилами спрощеного позовного провадження без повідомлення (виклику) учасників справи (у письмовому провадженні) суддею одноособово.

27 березня 2026 року на адресу суду надійшов відзив на позовну заяву з додатками, зі змісту якого слідує, що відповідач повністю заперечує проти задоволення позовних вимог, мотивуючи свою позицію тим, що відповідно до наданих відповідачеві повноважень згідно Положення про ГУ Держпродспоживслужби в Тернопільській області, останній здійснює контроль за дотриманням вимог Закону України Про рекламу та Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення.

Вказав, що у межах розгляду скарги споживача щодо розміщення зовнішньої реклами тютюнових виробів фахівцем ГУ Держпродспоживслужби в Тернопільській області виявлено розповсюдження зовнішніх реклам тютюнових виробів (замінників тютюну) ТМ VELO та ТМ ZYN, що розміщені на фасаді кіосків ФОП ОСОБА_1 за адресами:

вул. Торговиця, 9, м. Тернопіль:

- рекламоносій VELO SPIFFY SPEARMINT nicotine pouches; 18+ Цей продукт містить нікотин та викликає залежність. Тільки для повнолітніх споживачів нікотину;

- рекламоносій ZYN це ... підзарядка ніотином без диму та пари; ніотинові подушечки; відкрив свій ZYN; під підзарядкою мається на увазі вживання нікотину у формі паучів. Цей продукт не виключає усіх ризиків та містить нікотин, що викликає залежність. Тільки для використання повнолітніми.

вул. Торговиця, 9/15, м. Тернопіль:

- рекламоносій Двері хоч зачиняються, хоч відчиняються; із зображенням тютюнових виробів (замінників тютюну) TM Velo; Velo будь-де будь коли; ніотиновмісні подушечки без тютюну; незвично надзвичайний VELO; дізнайся більше на go-velo.com.ua та містить qr-код; 18+ цей продукт містить нікотин та викликає залежність тільки для повнолітніх осіб, які споживають нікотин 18+;

- рекламоносій Кіно з близькими без дискомфорту; із зображенням тютюнових виробів (замінників тютюну) TM Velo; Velo будь-де будь-коли; ніотиновмісні подушечки без тютюну; незвично надзвичайний VELO; дізнайся більше на go-velo.com.ua та містить qr-код, який містить; 18+ цей продукт містить нікотин та викликає залежність тільки для повнолітніх осіб, які споживають нікотин 18+.

Відповідач вказує, що згідно ст.1 Закону України Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення №2899-IV: тютюнові вироби - вироби, які можуть бути використані для вживання та до складу яких, навіть частково, входить тютюн, незалежно від того, чи є він генетично модифікований, чи ні; замінники тютюну - засоби, які за впливом на здоров'я людини відповідають тютюну, але не містять тютюну; нікотин - ніотинові алкалоїди або інша хімічна речовина, включаючи будь яку сіль або комплекс нікотину, що добувається з рослинної сировини (тютюну) або синтетичним способом.

Згідно п.85 ч.1 ст.1 Закону України Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, спиртових дистилатів, біоетанолу, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, тютюнової сировини, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, та пального №3817-IX, тютюнові вироби - сигарети з фільтром або без фільтра, цигарки, сигари, сигарили, а також люльковий, нюхальний, смоктальний, жувальний тютюн, махорка та інші вироби з тютюну чи його замінників, інші відмінні від рідин, що використовуються в електронних сигаретах, ніотиновмісні продукти, їх замінники для куріння, нюхання, смоктання, жування чи вдихання без горіння шляхом нагрівання.

Законом України Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо приведення деяких норм у відповідність із Законом України Про Митний тариф України та уточнення окремих положень №3553, який набрав чинності з 01.03.2024 року, внесено зміни щодо кодів УКТ ЗЕД шляхом включення до визначення тютюнові вироби замінників, інших відмінних від рідин, що використовуються в електронних сигаретах, ніотиновмісних продуктів, їх замінників для куріння, нюхання, смоктання, жування чи вдихання без горіння шляхом нагрівання. Підпунктом 14.1.252 п. 14.1 ст. 14 Податкового Кодексу України дано визначення, що тютюнові вироби - сигарети з фільтром або без фільтра, цигарки, сигари, сигарили, а також люльковий, нюхальний, смоктальний, жувальний тютюн, махорка та інші вироби з тютюну чи його замінників, інші відмінні від рідин, що використовуються в електронних сигаретах, ніотиновмісні продукти, їх замінники для куріння, нюхання, смоктання, жування чи вдихання без горіння шляхом нагрівання.

Відповідно до змісту пп. 215.3.2 п. 215.3 ст. 215 Податкового кодексу України товари інші ніотиновмісні продукти для орального застосування 2404919000 (згідно УКТ ЗЕД за кодом) підлягають оподаткуванню акцизним податком з 01.09.2024.

З огляду на врегулювання усіма законодавчими актами дефініції тютюнові вироби з відповідним віднесенням, як і замінників тютюну, так й інших відмінних від рідин, що використовуються в електронних сигаретах, ніотиновмісних продуктів, їх замінників, а також зважаючи на встановлення для останніх ставки акцизного податку з відповідним віднесенням до категорії тютюнові вироби, тютюн та

промислові замітники тютюну, відповідач вважає, що нікотинові подушечки (паучі) слід вважати тютюновими виробами, на які розповсюджуються відповідні законодавчі обмеження, зокрема, й у сфері рекламної діяльності.

Позивач допустив розміщення реклами та стимулювання продажу тютюнових виробів з порушенням частини першої статті 22 Закону України Про рекламу, у зв'язку з чим щодо нього складено відповідні протоколи про порушення законодавства про рекламу. На підставі частини другої статті 26 Закону України Про рекламу позивачу надсилалась відповідна вимога з проханням надати документи щодо розповсюдженої реклами, у відповідь на яку документи надано не було. Надалі, 30.12.2025 посадовими особами ГУ Держпродспоживслужби в Тернопільській області проведено засідання стосовно справ про порушення законодавства про рекламу ФОП ОСОБА_1, та складено відповідний протокол, на підставі якого винесено Рішення №110, №111, №112 та №113 від 30.12.2025 про накладення штрафу за порушення ч.1 ст.16 та п.6 ч.1 ст.22 Закону, відповідно до ч.7 ст.27 Закону, на загальну суму 13600 грн., а також прийнято Рішення про зупинення розповсюдження реклами зі строком його виконання до 20.01.2026.

Оскільки, рекламодавцем реклами ФОП ОСОБА_1 не надано інформації про вартість розповсюдженої реклами, а також інформації, передбаченої частиною другою статті 26 цього Закону, 30.01.2026 фахівцем Головного управління складено протоколи про порушення ч.2 ст.26 Закону №270/96-ВР, а 01.01.2026 начальником Головного управління було прийнято рішення про початок розгляду справ про порушення ч.2 ст.26 Закону №270/96-ВР. За результатами розгляду справ 22.01.2026 Головним управлінням винесено Рішення №11, №12, №13, №14 від 22.01.2026 про накладення штрафу за порушення ч.2 ст.26 Закону №270/96-ВР, відповідно до ч.6 ст.27 Закону №270/96-ВР, на загальну суму 6 800 грн.

Відповідач вказав, що відповідно до вимог пункту 9 Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 26.05.2004 №693, підставою для розгляду справи про порушення законодавства про рекламу є відповідний протокол про порушення законодавства про рекламу, складений уповноваженою особою Держпродспоживслужби. Відтак, твердження позивача про не дотримання порядку розгляду справи про порушення законодавства про рекламу не відповідають дійсності. Також вказав, що норми Закону України Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності та Постанови №303 не поширюються на правовідносини, що виникають під час здійснення контролю (моніторингу) за дотриманням законодавства про рекламу, тому помилковими є твердження позивача про заборону проведення такого заходу на період воєнного стану.

31 березня 2026 року представником позивача подано до суду клопотання про долучення до матеріалів справи висновку науково-правової експертизи від 19.03.2026 №126/24-е Інституту держави і права імені В.М. Корецького Національної академії наук.

01 квітня 2026 року до суду надійшла відповідь на відзив, за змістом якої позивач заперечує проти доводів та аргументів відповідача з огляду на наступне. Представник позивача вважає, що з урахуванням порушення посадовими особами відповідача порядку проведення заходу державного контролю за дотриманням позивачем законодавства про рекламу, передбаченого положеннями Закону №877-V, проведення заходу під час дії мораторію на проведення таких заходів під час дії в Україні воєнного стану та відсутності передбачених Постановою №303 підстав, які дають можливість, як виняток, здійснити такий захід, принципи адміністративної процедури, зокрема принцип законності, дотримано не було. При цьому представник позивача наполягає, що контроль за дотриманням законодавства про рекламу є видом державного нагляду (контролю), і при проведенні заходів контролю за дотриманням законодавства України про рекламу контролюючі органи (відповідач, його посадові особи) повинні дотримуватись вимог Закону №877-V, дія яких поширюється на проведення таких заходів. Так, відповідно до правових висновків Верховного Суду, викладених зокрема у постановах Верховного Суду від 23.09.2021 по справі №826/24133/15, від 22.06.2022 по справі №810/3148/17, від 17.01.2023 по справі №826/9936/17, від 11.07.2024 по справі №620/4425/23, на правовідносини у сфері контролю реклами та накладення штрафу за порушення ст.22 Закону України Про рекламу поширюється, зокрема, Закон України Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності від 05.04.2007 №877-V. При цьому посилення відповідача на позицію Верховного суду у складі Касаційного адміністративного суду у

постанові від 07.04.2025 по справі № 280/275/24 представник позивача вважає безпідставною та нерелевантною.

Щодо поняття "тютюнові вироби", то представник позивача вважає, що предмет регулювання Закону №2899-IV є суміжним, а в частині обмежень щодо реклами тютюнових виробів в великій мірі тотожним (подібним, ідентичним) до предмету регулювання Закону №270/96-ВР. За цих обставин, враховуючи суміжний (тотожний) предмет регулювання в частині заборон та обмежень реклами та стимулювання продажу тютюнових виробів Законом №2899-IV та Законом №270/96-ВР, застосуванню до положень Закону №270/96 ВР підлягає саме термін тютюнові вироби, який викладено в Законі №2899-IV. Нікотинові паучі (подушечки) ZYN не є тютюновими виробами в розумінні Закону №2899-IV, а отже не вважаються тютюновими виробами відповідно до Закону №270/96-ВР. Звідси випливає й те, що будь-які порушення п. 6 ч. 1 ст. 22 Закону №270/96-ВР у діях позивача відсутні.

Також представник позивача зазначає, що відповідно до ч. 7 ст. 8 Закону №270/96 ВР розміщення інформації про виробника товару та/або товар у місцях, в яких цей товар реалізується чи надається споживачам, у тому числі на елементах обладнання та/або оформлення місць торгівлі, а також безпосередньо на самому товарі та/або його упаковці не вважається рекламою. Окрім того, ст. 22 Закону №270/96-ВР не містить будь-яких вимог чи обмежень щодо реклами безтютюнових нікотиновмісних подушечок (паучів). Отже, розміщення відомостей про нікотиновмісні подушечки (паучі) на елементах обладнання місця торгівлі такою продукцією (кіосках) не є рекламою і не є порушенням ст. 22 Закону №270/96-ВР загалом, і п. 6 ч. 1 ст. 22 Закону №270/96-ВР, зокрема.

З урахуванням зазначеного, представник позивача вважає, що позивачем не порушувалися вимоги Закону №270/96-ВР, а тому оскаржувані рішення є незаконними, необґрунтованими, прийнятими без урахування усіх обставин, що мали значення для їхнього прийняття, за умов надання відповідачем неправильної правової оцінки фактичним обставинам справи, у зв'язку з чим такі рішення є протиправними та підлягають скасуванню.

08 квітня 2026 року представником відповідача подано до суду заперечення на відповідь на відзив, у яких не погоджується з позицією позивача та зазначає, що висновок №126/24-е має виключно рекомендаційний (доктринальний) характер, не є джерелом права та не містить правових норм, обов'язкових для застосування судом. Крім того вважає, що наведені стороною позивача позиції Верховного Суду не є релевантними до спірних правовідносин, оскільки сформовані до набуття чинності Законом України Про адміністративну процедуру, за попередньої редакції Закону "Про рекламу №270/96-ВР; без урахування змін до Порядку накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу №693. Водночас позивачем не враховано актуальну правову позицію Верховного Суду, викладену у постанові від 07.04.2025 у справі №280/275/24, відповідно до якої: контроль за дотриманням законодавства про рекламу не є заходом державного нагляду (контролю); лише у разі виходу за межі аналізу рекламного матеріалу такі дії можуть набувати ознак заходу державного нагляду. Інші доводи є аналогічними за змістом доводів, викладеним у попередніх заявах по суті, з урахуванням яких відповідач просить відмовити у задоволенні позовних вимог у повному обсязі.

09 квітня 2026 року представником відповідача подано до суду клопотання про долучення до матеріалів справи висновку незалежної експертизи реклами громадської організації "Центр демократії та верховенства права" №01/060426 від 06.04.2026.

20 квітня 2026 до суду надійшли додаткові пояснення представника позивача, у яких посилення відповідача на висновки Верховного Суду, викладені в постановках від 02.11.2021 по справі №916/214/20, від 28.11.2023 по справі №160/3479/22, від 14.07.2020 по справі №808/353/17, вважає недоречними, оскільки ці справи не є подібними до даної справи №500/1264/26, правовідносини у наведених справах не є подібними до правовідносин у даній справі, і жодним чином не спростовують порушення відповідачем порядку проведення заходу державного контролю за дотриманням законодавства про рекламу, за результатами якого щодо позивача було винесено оскаржувані рішення.

Також представник позивача вважає, що правовідносини у справі № 280/275/24 не є подібними до правовідносин у даній справі, адже у справі № 280/275/24 досліджувалось питання розміщення реклами алкогольних напоїв, торговельних марок та інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої. Окрім того, у постанові Верховного Суду від 07.04.2025 по справі № 280/275/24 не міститься відомостей про відступ Верховним Судом від вже сталих позицій щодо застосування норм права, викладених у постановах Верховного Суду у складі колегії суддів Касаційного адміністративного суду від 23.09.2021 по справі № 826/24133/15, від 22.06.2022 по справі № 810/3148/17 від 17.01.2023 по справі № 826/9936/17, від 11.07.2024 по справі № 620/4425/23. Таким чином, посилання відповідача на позицію Верховного суду у постанові від 07.04.2025 по справі № 280/275/24 позивач вважає безпідставним та нерелевантним.

Представник позивача наполягає, що на правовідносини у сфері контролю реклами та накладення штрафу за порушення ст.22 Закону України Про рекламу поширюється Закон України Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності від 05.04.2007 № 877-V, вимоги якого відповідачем не дотримано.

Також представник позивача зазначає, що серед переліку заборонених для реклами товарів, зазначених в ст. 22 Закону № 270/96-ВР, відсутні такі категорії як замітники тютюну, нікотиновмісні продукти, тощо. При цьому відповідачем не надано жодних доказів, що нікотинові подушечки ZYN та VELO входять до виключного переліку виробів, який наведений у ч. 1 ст. 22 Закону № 270/96-ВР.

09 червня 2026 року до суду надійшли додаткові пояснення представника відповідача, у яких щодо тверджень позивача про непоширення висновків Верховного Суду, викладених у постановах від 02.11.2021 у справі № 916/214/20, від 28.11.2023 у справі № 160/3479/22 та від 14.07.2020 у справі № 808/353/17 на спірні правовідносини, зазначає, що відповідач посилався на вказані судові рішення не як на тотожні за фактичними обставинами, а як на такі, що містять правові висновки щодо правової природи контролю за дотриманням законодавства про рекламу та особливостей застосування спеціального законодавства у сфері реклами.

Щодо тверджень позивача про непридатність для застосування постанови Верховного Суду від 07.04.2025 у справі № 280/275/24 представник відповідача зазначив, що відповідач посилався на наведене рішення саме з огляду на сформований Верховним Судом правовий висновок про те, що контроль за дотриманням законодавства про рекламу не є заходом державного нагляду (контролю) у розумінні Закону № 877-V. Наведений висновок має загальний характер та стосується правової природи відповідних повноважень контролюючого органу незалежно від конкретного виду реклами, яка була предметом дослідження у тій чи іншій справі. Отже, сам по собі факт того, що справа № 280/275/24 стосувалася реклами алкогольних напоїв, не спростовує застосовності сформульованого Верховним Судом правового висновку до спірних правовідносин.

26 червня 2026 року від представника позивача надійшли додаткові пояснення, за змістом яких вважає, що посилання відповідача на висновки Верховного Суду, викладені у постановах від 02.11.2021 по справі № 916/214/20, від 28.11.2023 по справі № 160/3479/22, від 14.07.2020 по справі № 808/353/17, є недоречними, оскільки ці справи не є подібними до даної справи, правовідносини у наведених справах є відмінними від правовідносин у цій справі, і висновки суду касаційної інстанції не спростовують порушення відповідачем порядку проведення заходу державного контролю за дотриманням законодавства про рекламу. Представник позивача наголошує, що відповідачем пред'явлено вимогу про надання документів та пояснень, не пов'язаних зі змістом рекламного матеріалу, які стосуються реєстраційних та дозвільних документів, взаємовідносин з контрагентами у ході здійснення ним господарської діяльності, що свідчить про наявність ознак державного контролю у розумінні Закону № 877-V, який має супроводжуватись дотриманням його процедур. Представник позивача, з посиланням на позицію Верховного Суду, викладену у постанові від 20.01.2025 у справі № 140/1046/24, зазначає, що діяльність відповідача з контролю за додержанням законодавства про рекламу, є видом державного нагляду (контролю), а тому відповідач зобов'язаний дотримуватись вимог Закону № 877-V. Також представник позивача вважає безпідставним посилання відповідача на висновки Верховного Суду у справі № 500/6066/24, оскільки у цій справі тільки відкрито касаційне провадження, що жодним чином не

впливає на розгляд даної справи. Представник позивача також вважає, що з матеріалів справи та пояснень представника відповідача не підтверджено вчинення позивачем порушень вимог Закону України "Про рекламу", що свідчить про протиправність оскаржуваних рішень.

Інших заяв, в тому числі по суті справи на адресу суду не надходило.

Відповідно до частини п'ятої статті 262 КАС України суд розглядає справу в порядку спрощеного позовного провадження без повідомлення сторін за наявними у справі матеріалами, за відсутності клопотання будь-якої зі сторін про інше.

Розгляд справи здійснено з урахуванням строку перебування головної судді у щорічній плановій відпустці, у порядку черговості.

Дослідивши письмові докази та перевіrivши доводи, викладені у заявах по суті справи, суд встановив такі обставини.

Як слідує з матеріалів справи та не заперечується учасниками справи, ОСОБА_1 є фізичною особою - підприємцем з основним видом економічної діяльності 47.26 Роздрібна торгівля тютюновими виробами в спеціалізованих магазинах.

11 грудня 2025 року службовою особою Управління захисту прав споживачів та контролю за регульованими цінами Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області складено протоколи про порушення законодавства про рекламу (арк. справи 94):

- №110 від 11.12.2025, згідно якого в рамках розгляду скарги споживача від 05.12.2025 (вх.№-8252-25 від 10.12.2025) виявлено розповсюдження зовнішньої реклами тютюнових виробів (замінників тютюну) ТМ "VELO", що розміщена на фасаді кіоску ФОП ОСОБА_1 за адресою: АДРЕСА_1 (навпроти банку АТ "Укресімбанк"), рекламоносій - "VELO SPIFFY SPEARMINT nicotine pouches; 18+ Цей продукт містить нікотин та викликає залежність. Тільки для повнолітніх споживачів нікотину", із порушенням ч.1 ст.16 та п.6 ч.1 ст.22 Закону України "Про рекламу", а саме: розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України, а також забороняється будь-яка реклама та стимулювання продажу тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісних виробів для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, торговельних марок, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння, електронні сигарети, заправні контейнери, рідини, що використовуються в електронних сигаретах, пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісні вироби для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, у тому числі: засобами зовнішньої реклами;

- №111 від 11.12.2025, згідно якого в рамках розгляду скарги споживача від 05.12.2025 (вх.№-8252-25 від 10.12.2025) виявлено розповсюдження зовнішньої реклами тютюнових виробів (замінників тютюну) ТМ "ZYN", що розміщена на фасаді кіоску ФОП ОСОБА_1 за адресою: АДРЕСА_1 (навпроти банку АТ "Укресімбанк"), рекламоносій - "ZYN це підзарядка нікотином без диму та пари; нікотинові подушечки; відкрив свій "ZYN"; під підзарядкою мається на увазі вживання нікотину у формі паучів. Цей продукт не виключає усіх ризиків та містить нікотин, що викликає залежність. Тільки для використання повнолітніми", із порушенням ч.1 ст.16 та п.6 ч.1 ст.22 Закону України "Про рекламу", а саме: розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України, а також забороняється будь-яка реклама та стимулювання продажу тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються

в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісних виробів для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, торговельних марок, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння, електронні сигарети, заправні контейнери, рідини, що використовуються в електронних сигаретах, пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісні вироби для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, у тому числі: засобами зовнішньої реклами;

- №112 від 11.12.2025, згідно якого в рамках розгляду скарги споживача від 05.12.2025 (вх.№-8252-25 від 10.12.2025) виявлено розповсюдження зовнішньої реклами тютюнових виробів (замінників тютюну) ТМ "VELO", що розміщена на фасаді кіоску ФОП ОСОБА_1 за адресою: вул. Торговиця, 9/15, м.Тернопіль (біля Автовокзалу), рекламоносій - "Двері хоч зачиняються, хоч відчиняються; із зображенням тютюнових виробів (замінників тютюну) ТВ "Velo"; Velo будь-де будь-коли; нікотиновмісні подушечки без тютюну; незвично - надзвичайний VELO; дізнайся більше на go-velo.com.ua та містить qr-код; 18+ цей продукт містить нікотин та викликає залежність тільки для повнолітніх осіб, які споживають нікотин 18+", із порушенням ч.1 ст.16 та п.6 ч.1 ст.22 Закону України "Про рекламу", а саме: розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України, а також забороняється будь-яка реклама та стимулювання продажу тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісних виробів для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, торговельних марок, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння, електронні сигарети, заправні контейнери, рідини, що використовуються в електронних сигаретах, пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісні вироби для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, у тому числі: засобами зовнішньої реклами;

- №113 від 11.12.2025, згідно якого в рамках розгляду скарги споживача від 05.12.2025 (вх.№-8252-25 від 10.12.2025) виявлено розповсюдження зовнішньої реклами тютюнових виробів (замінників тютюну) ТМ "VELO", що розміщена на фасаді кіоску ФОП ОСОБА_1 за адресою: вул. Торговиця, 9/15, м.Тернопіль (біля Автовокзалу), рекламоносій - "Кіно з близькими без дискомфорту; із розміщенням зображення тютюнових виробів (замінників тютюну) ТВ "Velo"; Velo будь-де будь-коли; нікотиновмісні подушечки без тютюну; незвично - надзвичайний VELO; дізнайся більше на go-velo.com.ua та містить qr-код; 18+ цей продукт містить нікотин та викликає залежність тільки для повнолітніх осіб, які споживають нікотин 18+", із порушенням ч.1 ст.16 та п.6 ч.1 ст.22 Закону України "Про рекламу", а саме: розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України, а також забороняється будь-яка реклама та стимулювання продажу тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісних виробів для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, торговельних марок, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби, предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння, електронні сигарети, заправні контейнери, рідини, що використовуються в електронних сигаретах, пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісні вироби для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, у тому числі: засобами зовнішньої реклами.

До кожного протоколу додано фото рекламоносія та скаргу споживача від 05.12.2025 (№Вх-8252-25 від 10.12.2025).

15 грудня 2025 року, на підставі вищевказаних протоколів про порушення законодавства про рекламу, начальником Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області прийнято Рішення

№110, №111, №112 та №113 про початок розгляду справи про порушення законодавства України про рекламу відносно рекламодавця реклами ФОП ОСОБА_1, у відповідності до вимог пункту 4 Порядку накладання штрафів за порушення законодавства України про рекламу, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України №693 від 26.05.2004. (арк. справи 92)

16 грудня 2025 року відповідачем надіслано на адресу позивача вимогу №Вих-08.5/4095-25 від 15.12.2025, у якій у відповідності до вимог частини другої статті 26 Закону України Про рекламу вказано надати у п'ятиденний термін з дня її отримання пояснення щодо виявленого порушення, копію свідоцтва про державну реєстрацію (витягу) рекламодавця, затверджений макет розповсюдженої реклами, документальне підтвердження вартості розповсюдженої реклами (договір із розповсюджувачем реклами та/або виробником реклами, акти виконаних робіт, квитанції про сплату, тощо...), копію ліцензії на торгівлю тютюновими виробами (за наявності), копію дозволу на розміщення зовнішньої реклами (за наявності), а також іншу інформацію, що може мати істотне значення для прийняття Головним управлінням рішення. Запрошено позивача або уповноваженого ним представника на розгляд справ про порушення законодавства про рекламу, який відбудеться 30.12.2025 о 10,00 в приміщенні Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області за відповідною адресою. Роз'яснено наслідки неприбуття на розгляд справи, а також права та обов'язки, визначені статтею 28 Закону України "Про адміністративну процедуру". Попереджено про настання відповідальності за неподання, несвоєчасне подання або подання завідомо недостовірної інформації, про яку вказано вище. (арк. справи 84-85)

30 грудня 2025 року Головним управлінням Держпродспоживслужби в Тернопільській області здійснено розгляд справи про порушення законодавства про рекламу відносно ФОП ОСОБА_1, що підтверджується протоколом слухання від 30.12.2025. (арк. справи 75-76)

Згідно відомостей цього протоколу, ФОП ОСОБА_1 або його уповноважена особа не прибули на розгляд справи, жодних пояснень та запитуваних документів не надано. Опрацювавши наявні матеріали відповідачем встановлено, що рекламодавець ФОП ОСОБА_1 порушив вимоги частини 1 статті 16 та пункту 6 частини 1 статті 22 Закону України "Про рекламу", а саме: розповсюдив зовнішню рекламу тютюнових виробів (замінників тютюну) ТМ "VELO" та ТМ "ZYN", що заборонено Законом, в тому числі без дозволу на розміщення зовнішньої реклами, що виданий виконавчим органом Тернопільської міської ради.

На підставі викладеного вирішено:

- накласти штраф на рекламодавця реклами ФОП ОСОБА_1 згідно частини сьомої статті 27 Закону України "Про рекламу";
- скласти протоколи про порушення ч.2 ст. 26 Закону України "Про рекламу", а саме: за неподання документів, необхідних для здійснення повноважень щодо контролю, та інформації про вартість розповсюдженої реклами;
- прийняти рішення про зупинення розповсюдження реклами;
- попередити рекламодавця реклами ФОП ОСОБА_1, що повторне вчинення порушень протягом року тягне за собою накладення штрафу у подвійному від передбаченого за ці порушення розмірі.

30 грудня 2025 року на підставі матеріалів справи та протоколу слухання від 30.12.2025 Головним управлінням Держпродспоживслужби в Тернопільській області прийнято рішення № 110, №111, №112 та №113 про накладення на ФОП ОСОБА_1 штрафів за порушення законодавства про рекламу по 3400,00 грн, всього 13600 грн. (арк. справи 76-78)

Крім того, 30 грудня 2025 року відповідачем прийнято чотири рішення про зупинення розповсюдження реклами та вказано ФОП ОСОБА_1 повідомити про їх виконання у термін до 20 січня 2026 року. (арк. справи 78-80)

Також 30 грудня 2025 службовою особою Управління захисту прав споживачів та контролю за регульованими цінами Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області складено відносно ФОП ОСОБА_1 протоколи про порушення законодавства про рекламу №11, №12, №13 та №14 від 30.12.2025 за порушення вимоги частини другої статті 26 Закону України "Про рекламу", а саме ненадання рекламодавцем ФОП ОСОБА_1 документів, необхідних для здійснення повноважень щодо контролю та інформації щодо вартості розповсюдженої зовнішньої реклами тютюнових виробів (замінників тютюну) ТМ "VELO" та ТМ "ZYN", що розміщена на фасадах кіосків за адресами: АДРЕСА_2 . (арк. справи 91)

01 січня 2026 року, на підставі вищевказаних протоколів про порушення законодавства про рекламу, начальником Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області прийнято Рішення №11, №12, №13 та №14 про початок розгляду справи про порушення законодавства України про рекламу відносно рекламодавця реклами ФОП ОСОБА_1 , у відповідності до вимог пункту 4 Порядку накладання штрафів за порушення законодавства України про рекламу, затвердженого Постановою Кабінету Міністрів України №693 від 26.05.2004. (арк. справи 93)

02 січня 2026 року відповідачем надіслано на адресу позивача лист № Вих-08.5/40-26 від 02.01.2026, у якому запрошено позивача або уповноваженого ним представника на розгляд справ про порушення законодавства про рекламу, який відбудеться 22.01.2026 о 10,00 в приміщенні Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області за відповідною адресою. Роз'яснено наслідки неприбуття на розгляд справи, а також права та обов'язки, визначені статтею 28 Закону України "Про адміністративну процедуру". Попереджено про настання відповідальності за неподання, несвоєчасне подання або подання завідомо недостовірної інформації, про яку вказано вище. (арк. справи 73)

22 січня 2026 року Головним управлінням Держпродспоживслужби в Тернопільській області здійснено розгляд справи про порушення законодавства про рекламу відносно ФОП ОСОБА_1 , що підтверджується протоколом слухання від 22.01.2026. (арк. справи 81)

Згідно відомостей цього протоколу, ФОП ОСОБА_1 або його уповноважена особа не прибули на розгляд справи, жодних пояснень та запитуваних документів не надано. Опрацювавши наявні матеріали відповідачем встановлено, що рекламодавцем ФОП ОСОБА_1 не надано інформації про вартість розповсюдженої реклами, а також інформації, передбаченої частиною другою статті 26 Закону України "Про рекламу, у зв'язку з чим вирішено відповідно до частини шостої статті 27 Закону України "Про рекламу" накласти на ФОП ОСОБА_1 штраф у розмірі 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян. (арк. справи 81)

22 січня 2026 року на підставі матеріалів справи та протоколу слухання від 22.01.2026 Головним управлінням Держпродспоживслужби в Тернопільській області прийнято рішення № 11, №12, №13 та №14 про накладення на ФОП ОСОБА_1 штрафів за порушення законодавства про рекламу по 1700,00 грн, всього 6800 грн. (арк. справи 81-83)

Не погоджуючись з прийнятими рішеннями про накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу від 30.12.2025 №110, №111, №112 та №113, від 22.01.2026 №11, №12, №13 та №14, а також рішеннями про зупинення розповсюдження реклами від 30.12.2025, позивач звернувся до суду з даним позовом.

Надаючи правову оцінку спірним правовідносинам, суд зазначає наступне.

Відповідно до приписів статті 19 Конституції України органи державної влади та органи місцевого самоврядування, їх посадові особи зобов'язані діяти лише на підставі, в межах повноважень та спосіб, що передбачені Конституцією та законами України.

Засади рекламної діяльності в Україні, регулювання відносин, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження, розміщення та споживання реклами визначаються Законом України Про рекламу

№ 270/96-ВР від 03.07.1996. (далі - Закон України Про рекламу, у редакції чинній на момент спірних правовідносин)

Згідно частини першої статті 2 Закону України Про рекламу цей Закон регулює відносини, пов'язані з виробництвом, розповсюдженням та споживанням реклами на території України.

Відповідно до приписів статті 1 Закону України Про рекламу:

реклама - інформація про особу, ідею та/або товар, розповсюджена за грошову чи іншу винагороду або з метою самореклами в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена, щоб сформувати або підтримати у прямий (пряма реклама, телепродаж) або непрямий (спонсорство, розміщення товару (продакт-плейсмент) спосіб обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес щодо таких особи, ідеї та/або товару;

особа - фізична особа, у тому числі фізична особа - підприємець, юридична особа незалежно від форми власності, представництво нерезидента в Україні

рекламодавець - особа, яка є замовником виробництва та/або розповсюдження реклами.

Статтею 7 Закону України Про рекламу визначено, що основними принципами реклами є: законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди. Реклама не повинна підривати довіру суспільства до реклами та повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції. Реклама не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності. Реклама повинна враховувати особливу чутливість дітей і не завдавати їм шкоди.

Відповідно до абзацу другого частини першої статті 26 Закону України Про рекламу контроль за дотриманням законодавства України про рекламу здійснює у межах своїх повноважень центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, - щодо захисту прав споживачів реклами (у тому числі щодо спорудження житлового будинку) та щодо змісту реклами про вакансії (прийом на роботу), а також щодо виконання вимог частини десятої статті 8 цього Закону, крім випадків, якщо зазначена реклама є рекламою азартних ігор та організаторів азартних ігор.

Частиною другою статті 26 Закону України Про рекламу передбачено, що На вимогу органів державної влади, на які згідно із законом покладено контроль за дотриманням вимог законодавства про рекламу, за фактом виявлення такими органами порушення або в ході розгляду повідомлення (звернення, скарги, заяви тощо) третіх осіб про порушення вимог законодавства про рекламу рекламодавці, виробники та розповсюджувачі реклами зобов'язані надавати документи, усні та/або письмові пояснення, відео- та аудіозаписи, а також іншу інформацію, що стосуються виявленого порушення чи повідомлення про нього та необхідні для здійснення такими органами повноважень щодо державного контролю.

Крім того, відповідний орган державної влади має право:

вимагати від рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами усунення виявлених порушень вимог законодавства;

вимагати припинення дій, що перешкоджають здійсненню державного контролю;

надавати (надсилати) рекламодавцям, виробникам та розповсюджувачам реклами обов'язкові для виконання приписи про усунення порушень;

приймати рішення про визнання реклами недобросовісною, прихованою, про визнання порівняння в рекламі неправомірним з одночасним зупиненням її розповсюдження;

приймати рішення про зупинення розповсюдження відповідної реклами.

Органи державної влади зобов'язані повідомляти рекламодавців, виробників та розповсюджувачів реклами про розгляд справ про порушення ними вимог законодавства про рекламу не менше ніж за п'ять робочих днів до дати розгляду справи.

За приписами частини третьої статті 26 Закону України Про рекламу, розгляд і вирішення адміністративних справ, передбачених цим Законом, здійснюються відповідно до Закону України Про адміністративну процедуру з урахуванням особливостей, визначених цим Законом.

Згідно з частинами першою-другою статті 27 Закону України Про рекламу особи, винні у порушенні законодавства про рекламу, несуть дисциплінарну, цивільно-правову, адміністративну та кримінальну відповідальність відповідно до закону. Дія положень цієї статті не поширюється на порушення, зазначені у статтях 24, 24-1 та 25 цього Закону.

Відповідальність за порушення законодавства про рекламу несуть:

1) рекламодавці, винні:

у замовленні реклами продукції, виробництво та/або обіг якої заборонено законом;

у наданні недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для виробництва реклами;

у замовленні розповсюдження реклами, забороненої законом;

у недотриманні встановлених законом вимог щодо змісту реклами та у замовленні розповсюдження реклами (у тому числі користувацького контенту, який визнається рекламою), в якій не дотримано встановлені законом вимоги щодо її змісту;

у порушенні порядку розповсюдження реклами, якщо реклама розповсюджується ними самостійно;

2) виробники реклами, винні у порушенні прав третіх осіб при виготовленні реклами;

3) розповсюджувачі реклами, винні у порушенні встановленого законодавством порядку розповсюдження та розміщення реклами.

Відповідно до частин четвертої-восьмої статті 27 Закону України Про рекламу, центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за дотриманням законодавства про захист прав споживачів, за поданням державних органів, зазначених у статті 26 цього Закону, або самостійно у випадках, передбачених цією статтею, крім тих, які віднесено виключно до компетенції Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, Антимонопольного комітету України, центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері організації та проведення азартних ігор та лотерейної сфері, а також крім тих, які віднесено до компетенції Національного банку України або Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку, накладає штрафи у порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, за процедурою, визначеною Законом України Про адміністративну процедуру, на:

рекламодавців за вчинення дій, передбачених пунктом 1 частини другої цієї статті, - у розмірі п'ятикратної вартості розповсюдженої реклами;

виробників реклами за вчинення дій, передбачених пунктом 2 частини другої цієї статті, - у розмірі п'ятикратної вартості виготовлення реклами;

розповсюджувачів реклами за вчинення дій, передбачених пунктом 3 частини другої цієї статті, - у розмірі п'ятикратної вартості розповсюдження реклами.

Повторне вчинення перелічених порушень протягом року тягне за собою накладення штрафу у подвійному від передбаченого за ці порушення розмірі.

Вартість розповсюдженої реклами визначається виходячи з договірної (контрактної) вартості без урахування суми внесених (нарахованих) податків, зборів (обов'язкових платежів), які встановлені Податковим кодексом України.

За неподання, несвоєчасне подання або подання завідомо недостовірної інформації про вартість розповсюдженої реклами та/або виготовлення реклами, та/або вартість розповсюдження реклами, а також інформації, передбаченої частиною другою статті 26 цього Закону, центральному органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, необхідної для здійснення ними передбачених цим Законом повноважень, на рекламодавців, виробників реклами та розповсюджувачів реклами накладається штраф у розмірі 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

У разі неможливості встановлення вартості реклами, розповсюдженої з порушенням вимог цього Закону, на рекламодавців та розповсюджувачів реклами рішенням центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, накладається штраф у розмірі до 300 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян.

Рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу у розмірі 300 і більше неоподатковуваних мінімумів доходів громадян приймається виключно центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів.

Відповідно до підпункту 9 пункту 4 Положення про Державну службу України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України №667 від 02.09.2015 (далі - Положення №667), Держпродспоживслужба відповідно до покладених на неї завдань здійснює контроль за дотриманням законодавства про рекламу в частині захисту прав споживачів реклами, приймає рішення про визнання реклами недобросовісною, прихованою, про визнання порівняння в рекламі неправомірним з одночасним зупиненням її розповсюдження.

Згідно з пунктом 7 Положення № 667 Держпродспоживслужба здійснює свої повноваження безпосередньо та через свої територіальні органи.

Згідно з пунктом 6 Положення №667 Держпродспоживслужба для виконання покладених на неї завдань має право: здійснювати заходи державного нагляду (контролю) відповідно до закону (підпункт 8); вимагати відповідно до закону від суб'єктів господарювання усунення виявлених порушень (підпункт 9); вживати у межах повноважень, передбачених законом, заходів до усунення порушень вимог закону і притягнення винних у таких порушеннях осіб до відповідальності відповідно до закону (підпункт 10); складати в установлених законом випадках протоколи про адміністративні правопорушення, розглядати відповідно до закону справи про адміністративні правопорушення і приймати за результатами розгляду рішення про накладення штрафів та застосовування інших санкцій, передбачених законом (підпункт 17); залучати в установленому порядку незалежних експертів і спеціалізовані організації для проведення перевірок та підготовки висновків з питань, що належать до їх компетенції (підпункт 22).

Аналіз викладених вище правових норм дає підстави стверджувати, що Держпродспоживслужба та її територіальні органи уповноважені здійснювати контроль щодо дотримання вимог законодавства з питань реклами та у разі встановлення порушень таких вимог виносити відповідні рішення, в тому числі про накладення штрафу.

Постановою Кабінету Міністрів України №693 від 26.05.2004 затверджено Порядок накладення штрафів за порушення законодавства про рекламу (далі - Порядок №693 у редакції, чинній на момент виникнення спірних правовідносин), який визначає механізм накладення Держпродспоживслужбою та її територіальними органами на рекламодавців, виробників реклами та розповсюджувачів реклами (далі - суб'єкт реклами) штрафів за порушення законодавства про рекламу (крім штрафів, накладення яких належить виключно до компетенції Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, Антимонопольного комітету, Державного агентства ПлейСіті, Національного банку).

Згідно з пунктами 2-9 Порядку №693 підставою для розгляду справи про порушення законодавства про рекламу (далі - справа) та накладення штрафу є протокол, що складається посадовими особами Держпродспоживслужби або її територіальних органів.

Рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу, передбачені статтею 27 Закону України Про рекламу, приймають Голова Держпродспоживслужби, його заступники, керівники територіальних органів Держпродспоживслужби та їх заступники (далі - уповноважені особи).

Уповноважена особа розпочинає розгляд справи не пізніше трьох робочих днів з дня оформлення протоколу, зазначеного у пункті 2 цього Порядку.

Уповноважена особа з урахуванням положень статті 32 Закону України Про адміністративну процедуру повідомляє суб'єкту реклами про дату, час та місце розгляду справи поштовим відправленням, технічними засобами електронних комунікацій або шляхом вручення повідомлення суб'єкту реклами або його представнику, якщо суб'єкт реклами сповістив уповноважену особу про відповідне уповноваження свого представника на отримання повідомлень, про що на копії повідомлення, яка залишається в уповноваженої особи, робиться відповідна позначка, засвідчена підписом такого представника.

У повідомленні зазначаються права та обов'язки суб'єкта реклами, зокрема інформація про право бути присутнім під час розгляду та вирішення справи, порядок ознайомлення з матеріалами, а також способи подання пояснень і зауважень та строк, протягом якого суб'єкт реклами має право їх подати.

Справа розглядається уповноваженою особою не пізніше 30 календарних днів з дня оформлення протоколу, зазначеного у пункті 2 цього Порядку.

У разі надходження від суб'єкта реклами або його представника клопотання про відкладення розгляду справи уповноважена особа переносить дату та час розгляду справи у межах загального строку розгляду такої справи.

Справа розглядається за участю суб'єкта реклами або його представника.

Справа розглядається без участі суб'єкта реклами або його представника у разі його неявки за умови його поінформування відповідно до пункту 5 цього Порядку та ненадходження від нього клопотання про перенесення дати та часу розгляду справи, зазначеного в пункті 7 цього Порядку.

Пунктами 15-17 Порядку №693 передбачено, що уповноважена особа приймає рішення про закриття розгляду справи у разі, коли за результатами її розгляду встановлено відсутність порушень законодавства про рекламу, а також з підстав, передбачених статтею 65 Закону України Про адміністративну процедуру.

У разі наявності підстав для накладення штрафу за результатами розгляду справи уповноважена особа приймає рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу.

Рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу оформлюється у двох примірниках, один з яких залишається в уповноваженої особи, що розглядала справу, другий - вручається суб'єкту реклами або його представникові, про що на першому примірнику такого рішення робиться відповідна позначка, засвідчена підписом суб'єкта реклами або його представника. У разі розгляду справи без участі суб'єкта реклами або його представника рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу надсилається суб'єкту реклами поштовим відправленням, технічними засобами електронних комунікацій протягом трьох робочих днів з дня його прийняття.

Рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу набирає чинності з дня вручення його суб'єкту реклами або його представнику. (пункт 19 Порядку №693)

Рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу може бути оскаржено в адміністративному порядку, передбаченому Законом України Про адміністративну процедуру, або у

судовому порядку. (пункт 20 Порядку №693)

Системний аналіз наведених положень статті 26 Закону України Про рекламу та приписів Порядку № 693 дає підстави вважати, що у провадженні у справах про порушення законодавства про рекламу оформлюються такі процесуальні документи, як протокол про порушення законодавства про рекламу, рішення про початок розгляду справи за ознаками порушення законодавства про рекламу, протокол слухання, рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу та рішення про зупинення розповсюдження реклами.

Натомість, Закон України "Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності" від 05.04.2007 № 877-V визначає правові та організаційні засади, основні принципи і порядок здійснення державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності, повноваження органів державного нагляду (контролю), їх посадових осіб і права, обов'язки та відповідальність суб'єктів господарювання під час здійснення державного нагляду (контролю).

Статтею 4 Закону №877-У визначені загальні вимоги до здійснення державного нагляду (контролю), згідно яких державний нагляд (контроль) здійснюється за місцем провадження господарської діяльності суб'єкта господарювання або його відокремлених підрозділів, або у приміщенні органу державного нагляду (контролю) у випадках, передбачених законом. Планові та позапланові заходи здійснюються в робочий час суб'єкта господарювання, встановлений його правилами внутрішнього трудового розпорядку.

Згідно статті 7 Закону №877-У для здійснення планового або позапланового заходу орган державного нагляду (контролю) видає наказ (рішення, розпорядження), який має містити найменування суб'єкта господарювання, щодо якого буде здійснюватися захід, та предмет перевірки.

На підставі наказу (рішення, розпорядження) оформляється посвідчення (направлення) на проведення заходу державного нагляду (контролю), яке підписується керівником органу державного нагляду (контролю) (головою державного колегіального органу) або його заступником (членом державного колегіального органу) із зазначенням прізвища, ім'я та по батькові і засвідчується печаткою.

Перед початком здійснення заходу посадові особи органу державного нагляду (контролю) зобов'язані пред'явити керівнику суб'єкта господарювання - юридичної особи, її відокремленого підрозділу або уповноважений ним особі (фізичній особі - підприємцю або уповноважений ним особі) посвідчення (направлення) та службове посвідчення, що засвідчує посадову особу органу державного нагляду (контролю), і надати суб'єкту господарювання копію посвідчення (направлення).

За результатами здійснення планового або позапланового заходу посадова особа органу державного нагляду (контролю) складає акт, який повинен містити такі відомості: дату складення акта; тип заходу (плановий або позаплановий); форма заходу (перевірка, ревізія, обстеження, огляд тощо); предмет державного нагляду (контролю); найменування органу державного нагляду (контролю), а також посаду, прізвище, ім'я та по батькові посадової особи, яка здійснила захід; найменування юридичної особи або прізвище, ім'я та по батькові фізичної особи - підприємця, щодо діяльності яких здійснювався захід.

Отже, з урахуванням вказаних положень законодавства слід дійти висновку, що при виявленні ознак порушення законодавства про рекламу Закон № 270/96-ВР не потребує оформлення направлень на перевірку, повідомлень на перевірку, актів перевірок, як це передбачено Законом №877-V, оскільки у провадженні у справах про порушення законодавства про рекламу Держпродспоживслужба та її територіальні органи здійснюють контроль за розповсюдженням саме інформації (реклами), а не перевіряють господарську діяльність рекламодавців, розповсюджувачів та виробників реклами, а тому достатньо складання протоколу про порушення законодавства про рекламу та прийняття рішення про початок розгляду справи за ознаками порушення законодавства про рекламу, протокол засідання та рішення про накладення штрафу за порушення законодавства про рекламу.

Враховуючи, що саме Закон № 270/96-ВР є спеціальним законом, що регулює відносини у сфері реклами, включаючи контроль за її дотриманням, положення Закону №877-V, при вирішенні спірних правовідносин не підлягають застосуванню.

Аналогічний правовий висновок міститься і у постанові Верховного Суду від 07.04.2025 у справі №280/275/24, де у пунктах 30, 31, 32 Верховний Суд вказав, що Закон №270/96-ВР не містить детального опису процедури перевірок, як це передбачено Законом № 877-V (видача наказу чи оформлення направлення). Натомість він зосереджений на матеріальних аспектах виявленні порушень і застосуванні санкцій. Верховний Суд зауважив, що контроль за дотриманням законодавства про рекламу не є заходом державного нагляду (контролю) у розумінні Закону №877-V.

У свою чергу, якщо орган контролю вимагає документи, що виходять за межі рекламного матеріалу, така перевірка набуває ознак заходу державного нагляду в розумінні Закону № 877-V і має супроводжуватися дотриманням його процедур.

Крім того, виходячи з поняття реклама, закріпленого у статті 1 Закону України Про рекламу Держпродспоживслужба та її територіальні органи здійснюють контроль за розповсюдженням інформації (реклами), а не перевіряють господарську діяльність рекламодавців, розповсюджувачів та виробників реклами.

Таким чином, Закон України Про рекламу є спеціальним нормативно-правовим актом, який визначає засади рекламної діяльності, регулює відносини, пов'язані з виробництвом, розповсюдженням і споживанням реклами.

Натомість, правові норми, що встановлюють спосіб, порядок та форми здійснення державного контролю за дотриманням законодавства про рекламу врегульовані Законом України Про адміністративну процедуру (статті 1, 3, 36, 37 Закону).

Таким чином, Головне управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області діє як суб'єкт владних повноважень, наділений Законом України Про рекламу та Порядком №693 функціями контролю за дотриманням законодавства України про рекламу та, відповідно, здійснює розгляд і вирішення адміністративних справ, передбачених цим Законом, відповідно до Закону України Про адміністративну процедуру з урахуванням особливостей, визначених цим Законом, а тому суд доходить висновку про відсутність зі сторони відповідача порушення порядку проведення планового чи позапланового державного контролю за дотриманням законодавства про рекламу, про які наголошено представником позивача при обґрунтуванні підстав позову.

Щодо покликань представника позивача також і на припинення проведення планових та позапланових заходів державного нагляду (контролю) на період воєнного стану, введеного Указом Президента України від 24 лютого 2022 року № 64 Про введення воєнного стану в Україні, що визначено Постановою Кабінету Міністрів України від 13.03.2022 №303 Про припинення заходів державного нагляду (контролю) і державного ринкового нагляду в умовах воєнного стану, то суд також оцінює їх критично, оскільки в даному випадку це не стосується регулювання питання здійснення заходів щодо дотриманням законодавства про рекламу.

На підставі викладеного, суд дійшов висновку, що при здійсненні контролю за дотриманням законодавства про рекламу та провадженні у справі за ознаками порушення законодавства про рекламу відносно позивача Головне управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області діяло в межах повноважень та у відповідності з порядком, визначеним наведеними нормами законодавства.

Стосовно суті виявлених відповідачем порушень, що стали підставою для прийняття оскаржуваних рішень, то суд зазначає наступне.

Як слідує з матеріалів справи, відповідачем на підставі зібраних доказів встановлено, що ФОП ОСОБА_1 порушив вимоги частини першої статті 16, пункту 6 частини першої статті 22 Закону України Про

рекламу, а саме: здійснено розміщення зовнішньої реклами за відсутності відповідного дозволу, а також здійснено рекламу та стимулювання продажу тютюнових виробів засобами зовнішньої реклами.

У зв'язку з цим на позивача згідно частини сьомої статті 27 Закону України Про рекламу накладено штрафи у розмірі по 3400,00 грн (рішення №110, №111, №112 та №113 від 30.12.2025) за порушення абзаців четвертого, шостого пункту першої частини другої статті 27 Про рекламу.

При цьому підставою для прийняття оскаржених рішень стало виявлення посадовими особами відповідача в ході проведення контрольного повноваження розміщення рекламодавцем ФОП ОСОБА_1 на фасадах кіосків за адресами: АДРЕСА_1 та АДРЕСА_3 рекламоносіїв наступного змісту:

по вул. Торговиця, 9, м. Тернопіль:

- VELO SPIFFY SPEARMINT nicotine pouches; 18+ Цей продукт містить нікотин та викликає залежність. Тільки для повнолітніх споживачів нікотину;

- ZYN це ... підзарядка нікотином без диму та пари; нікотинові подушечки; відкрив свій ZYN; під підзарядкою мається на увазі вживання нікотину у формі паучів. Цей продукт не виключає усіх ризиків та містить нікотин, що викликає залежність. Тільки для використання повнолітніми.

по АДРЕСА_3 :

- Двері хоч зачиняються, хоч відчиняються; із зображенням тютюнових виробів (замінників тютюну) ТМ Velo; Velo будь-де будь-коли; нікотиновмісні подушечки без тютюну; незвично надзвичайний VELO; дізнайся більше на go-velo.com.ua та містить qr-код; 18+ цей продукт містить нікотин та викликає залежність тільки для повнолітніх осіб, які споживають нікотин 18+;

- Кіно з близькими без дискомфорту; із зображенням тютюнових виробів (замінників тютюну) ТМ Velo; Velo будь-де будь-коли; нікотиновмісні подушечки без тютюну; незвично надзвичайний VELO; дізнайся більше на go-velo.com.ua та містить qr-код; 18+ цей продукт містить нікотин та викликає залежність тільки для повнолітніх осіб, які споживають нікотин 18+.

Відповідачем складено протоколи про порушення законодавства про рекламу №110, №111, №112 та №113 від 11.12.2025 та розпочато розгляд справи про порушення законодавства України про рекламу відносно позивача як рекламодавця реклами. В межах процедури розгляду справи про порушення законодавства України про рекламу позивачу скеровано вимогу про надання пояснень та документів від 15.12.2025 №Вих-08.5/4095-25, на виконання якої позивачем жодної інформації не надано.

Оскаржуючи прийняті відповідачем рішення позивач не заперечує факту розміщення ним, як рекламодавцем, зазначеної інформації на рекламоносіях за встановленими адресами. Разом з тим, позиція позивача полягає у тому, що нікотиновмісні подушечки не є тютюновими виробами у розумінні Закону України "Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення", а тому на рекламу вказаного товару не поширюються обмеження, встановлені статтею 22 Закону України "Про рекламу".

Надаючи правову оцінку вказаній позиції позивача суд враховує наступне.

Згідно статті 1 Закону України Про заходи щодо попередження та зменшення вживання тютюнових виробів і їх шкідливого впливу на здоров'я населення №2899-IV (далі Закон України №2899-IV):

тютюнові вироби - вироби, які можуть бути використані для вживання та до складу яких, навіть частково, входить тютюн, незалежно від того, чи є він генетично модифікований, чи ні;

замінники тютюну - засоби, які за впливом на здоров'я людини відповідають тютюну, але не містять тютюну;

нікотин - нікотинові алкалоїди або інша хімічна речовина, включаючи будь-яку сіль або комплекс нікотину, що добувається з рослинної сировини (тютюну) або синтетичним способом.

Відповідно до Закону України Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, та пального № 481/95-ВР:

тютюнові вироби - сигарети з фільтром або без фільтру, цигарки, сигари, сигарили, а також люльковий, нюхальний, смоктальний, жувальний тютюн, махорка та інші вироби з тютюну чи його замінників для куріння, нюхання, смоктання, жування чи вдихання без горіння шляхом нагрівання.

Згідно пункту 85 частини 1 статті 1 Закону України Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, спиртових дистилатів, біоетанолу, алкогольних напоїв, тютюнових виробів, тютюнової сировини, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, та пального 3817-ІХ:

тютюнові вироби - сигарети з фільтром або без фільтра, цигарки, сигари, сигарили, а також люльковий, нюхальний, смоктальний, жувальний тютюн, махорка та інші вироби з тютюну чи його замінників, інші відмінні від рідни, що використовуються в електронних сигаретах, нікотиновмісні продукти. їх замінники для куріння, нюхання, смоктання, жування чи вдихання без горіння шляхом нагрівання (в частині інших нікотиновмісних продуктів для орального застосування - норма набрала чинності 01 вересня 2024 року).

Законом України Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо приведення деяких норм у відповідність із Законом України Про Митний тариф України та уточнення окремих положень № 3553, який набрав чинності з 01.03.2024, внесено зміни щодо кодів УКТ ЗЕД шляхом включення до визначення тютюнові вироби замінників, інших відмінних від рідин, що використовуються в електронних сигаретах, нікотиновмісних продуктів, їх замінників для куріння, нюхання, смоктання, жування чи вдихання без горіння шляхом нагрівання.

Підпунктом 14.1.252 пункту 14.1 статті 14 Податкового Кодексу України передбачено, що:

тютюнові вироби - сигарети з фільтром або без фільтру, цигарки, сигари, сигарили, а також люльковий, нюхальний, смоктальний, жувальний тютюн, махорка та інші вироби з тютюну чи його замінників, інші відмінні від рідин, що використовуються в електронних сигаретах, нікотиновмісні продукти, їх замінники, для куріння, нюхання, смоктання, жування чи вдихання без горіння шляхом нагрівання.

Відповідно до змісту пп. 215.3.2 п. 215.3 ст. 215 Податкового кодексу України товари інші нікотиновмісні продукти для орального застосування за кодом 2404919000 (згідно УКТ ЗЕД) підлягають оподаткуванню акцизним податком з 01.09.2024.

Суд зауважує, що згідно з принципами системного тлумачення права, жодна норма закону не може розглядатись ізольовано від інших інститутів законодавства.

З огляду на врегулювання усіма трьома законодавчими актами дефініції тютюнові вироби з відповідним віднесенням, як і замінників тютюну, так і інших відмінних від рідин, що використовуються в електронних сигаретах, нікотиновмісних продуктів, їх замінників, а також зважаючи на нещодавнє встановлення для останніх ставки акцизного податку з відповідним віднесенням до категорії тютюнові вироби, тютюн та промислові замінники тютюну, нікотинові подушечки (паучі) слід вважати тютюновими виробами, на які розповсюджуються відповідні законодавчі обмеження, зокрема, й у сфері рекламної діяльності.

В іншому випадку, буквальне та звужене трактування поняття "тютюнові вироби" з використанням визначення, наданого виключно у межах Закону № 2899-ІV, призведе до надмірного формалізму, недопустимість якого неодноразово була предметом дослідження у судовій практиці та підкреслена у позиціях Верховного Суду.

З урахуванням викладеного суд доходить висновку, що нікотиновмісні замітники тютюну, до яких належать і подушечки (паучі) ТМ "VELO" та "ZYN", з урахуванням їх функціонального призначення, способу споживання та фізіологічного впливу на організм людини, належать до тютюнових виробів, на які поширюються обмеження, передбачені статтею 22 Закону України "Про рекламу".

Щодо доводу позивача про те, що зазначена ним інформація на кіосках за адресами вул. Торговиця, 9 та Торговиця, 9/15 у м.Тернополі є не рекламою, а лише інформацією про товар, розміщення якої не заборонено, суд зазначає наступне.

Статтею 1 Закону України "Про рекламу" визначено терміни:

- реклама - інформація про особу, ідею та/або товар, розповсюджена за грошову чи іншу винагороду або з метою самореклами в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена, щоб сформувати або підтримати у прямий (пряма реклама, телепродаж) або непрямий (спонсорство, розміщення товару (продакт-плейсмент) спосіб обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес щодо таких особи, ідеї та/або товару;

- внутрішня реклама - реклама, що розміщується всередині будинків, споруд, у тому числі в кінотеатрах і театрах під час, до і після демонстрації кінофільмів та вистав, концертів, а також під час спортивних заходів та спортивних змагань, що проводяться у закритих приміщеннях, крім місць торгівлі (у тому числі буфетів, кіосків, яток), в яких може розміщуватися інформація про товари, що безпосередньо в цих місцях продаються;

- зовнішня реклама - реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях - рекламоносіях, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг.

Отже, реклама характеризується такими критеріями:

- має на меті сформувати чи підтримати обізнаність споживачів та їхній інтерес до особи, ідеї та/або товару;

- поширюється за грошову чи іншу винагороду або з метою самореклами, тобто має комерційний або промоційний характер;

- може бути представлена у формі прямої реклами, телепродажу, спонсорства, продакт-плейсмента;

- розміщується на відкритих територіях, на спеціальних конструкціях, зовнішніх поверхнях будівель, елементах вуличного обладнання чи над проїжджою частиною (зовнішня реклама) або всередині приміщень (будинків, споруд, кінотеатрів, театрів, під час спортивних заходів у закритих приміщеннях).

Водночас розміщення інформації про виробника товару та/або товар у місцях, в яких цей товар реалізується чи надається споживачам, у тому числі на елементах обладнання та/або оформлення місць торгівлі, а також безпосередньо на самому товарі та/або його упаковці не вважається рекламою. Не вважається рекламою показ інформації про виробника товару та/або товар у процесі оформлення споживачем придбання такого товару на веб-сайтах інтернет-магазинів у мережі Інтернет, через які цей товар реалізується чи надається споживачам. (частини сьома статті 8 Закону України "Про рекламу")

Таким чином, закон визначає рекламу та окремо - інформування покупців на місці продажу. Різниця між цими термінами зводиться до того, що реклама - це активне просування з комерційною чи промоційною метою, спрямоване на широку аудиторію, тоді як інформування на місці продажу - це надання базових відомостей про товар чи виробника в момент покупки (про склад товару, ціну, назву виробника), обмежене конкретною торговою точкою і не пов'язане з наміром стимулювати інтерес чи попит поза межами цього інформування.

У контексті кіоску будь-які промоційні матеріали на його фасаді, тобто зовні приміщення (плакати, банери, екрани тощо), які мають на меті просування товару чи послуги (акція, спробуйте, купуйте, візьміть, зустрічайте, спеціальна пропозиція тощо), підпадають під термін зовнішньої реклами та загальні критерії реклами.

Проте стаття 22 Закону України "Про рекламу" забороняє будь-яку рекламу та стимулювання продажу тютюнових виробів, як засобами зовнішньої реклами, так і шляхом розміщення зображення або згадування тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, торгових марок, під якими випускаються тютюнові вироби, предмети, пов'язані з їх вживанням, трав'яні вироби для куріння, електронні сигарети, заправні контейнери, рідини, що використовуються в електронних сигаретах, пристрої для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісних виробів для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, на будь-яких інших товарах, крім розміщення на товарах (предметах), пов'язаних із вживанням тютюнових виробів, предметів, пов'язаних з їх вживанням, трав'яних виробів для куріння, електронних сигарет, заправних контейнерів, рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пристроїв для споживання тютюнових виробів без їх згоряння, тютюновмісних виробів для електричного нагрівання (ТВЕН) за допомогою підігрівача з електронним управлінням, запальничках, сірниках, попільничках. (пункти шостий, дванадцятий частини першої статті 22 Закону України "Про рекламу")

Такі норми спрямовані на захист публічного здоров'я, недопущення нормалізації вживання тютюнових виробів та їх аналогів серед споживачів та захист осіб до 18 років.

Суд підкреслює, що заборона реклами та стимулювання продажу тютюнових виробів та їх аналогів є абсолютною.

Отже, реалізація тютюнових виробів та предметів, пов'язаних з їх вживанням, що супроводжується розміщенням їх зображення, згадування назви, торгових марок тощо, також вважається рекламою, яка заборонена відповідно до частини першої статті 22 Закону України "Про рекламу".

У справі, яка розглядається, встановлено, що розміщені на фасадах кіосків ФОП ОСОБА_1 матеріали оформлені у вигляді носія реклами, включали зображення та назви торгових марок нікотиновмісних продуктів, які є замінниками тютюнових виробів, а також за своїм змістом спрямовані на позитивне ставлення до вживання замінників тютюнових виробів, сприяли популяризації вказаних товарів та їх просуванню шляхом використання таких мотивувальних фраз: "ZYN" це ... підзарядка нікотином без диму та пари; нікотинові подушечки; відкрий свій "ZYN", "Velo" будь-де будь коли", "дізнайся більше на go-velo.com.ua", "незвично надзвичайний VELO".

Таким чином, наявними у матеріалах справи доказами підтверджено провину позивача, як рекламодавця, у замовленні та розповсюдженні реклами, забороненої законом, вартість якої встановити неможливо, а тому рішення відповідача від 30.12.2025 №110, №111, №112 та №113 про накладення на позивача штрафів відповідно до частини сьомої статті 27 Закону України "Про рекламу" у розмірі 300 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, що складає 3400,00 грн, є правомірними.

Також суд погоджується з рішеннями відповідача від 30.12.2025 про зупинення розповсюдження реклами, оскільки відповідно до частини другої статті 26 Закону України "Про рекламу" прийняття рішення про зупинення розповсюдження відповідної реклами, у випадку встановлення порушення правил її замовлення чи розповсюдження, віднесено до безпосередніх повноважень відповідних органів державної влади, на які згідно із законом покладено контроль за дотриманням вимог законодавства про рекламу, у тому числі Держпродспоживслужби.

Крім того, оскільки позивачем на вимогу відповідача не надано інформацію про вартість розповсюдженої реклами та інформації, передбаченої частиною другою статті 26 Закону України "Про рекламу", тому Головним управлінням Держпродспоживслужби в Тернопільській області відповідно до частини шостої

статті 27 Закону України "Про рекламу" правомірно прийнято рішення № 11, № 12, № 13 та № 14 від 22.01.2026 про застосування до ФОП ОСОБА_1 штрафів у розмірі 100 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян, що становить 1700,00 грн.

Отже, проаналізувавши вищенаведене, суд дійшов висновку, що відповідач діяв на підставі, у межах повноважень та у спосіб, що передбачені чинним законодавством України приймаючи оскаржувані рішення про накладення на позивача штрафів за порушення законодавства про рекламу.

Інші доводи та аргументи сторін не мають суттєвого значення для вирішення цього спору та не впливають на юридичну оцінку спірних правовідносин у цій справі.

У пункті 58 Рішення Європейського суду з прав людини у справі Серявін та інші проти України від 10.02.2010 суд повторює, що згідно з його усталеною практикою, яка відображає принцип, пов'язаний з належним здійсненням правосуддя, у рішеннях судів та інших органів з вирішення спорів мають бути належним чином зазначені підстави, на яких вони ґрунтуються. Хоча пункт 1 статті 6 Конвенції зобов'язує суди обґрунтовувати свої рішення, його не можна тлумачити як такий, що вимагає детальної відповіді на кожен аргумент. Міра, до якої суд має виконати обов'язок щодо обґрунтування рішення, може бути різною в залежності від характеру рішення. Хоча національний суд має певну свободу розсуду щодо вибору аргументів у тій чи іншій справі та прийняття доказів на підтвердження позицій сторін, орган влади зобов'язаний виправдати свої дії, навівши обґрунтування своїх рішень.

Згідно частини першої статті 77 КАС України кожна сторона повинна довести ті обставини, на яких ґрунтуються її вимоги та заперечення, крім випадків, встановлених статтею 78 цього Кодексу. В адміністративних справах про протиправність рішень, дій чи бездіяльності суб'єкта владних повноважень обов'язок щодо доказування правомірності свого рішення, дії чи бездіяльності покладається на відповідача.

Враховуючи, що відповідачем доведено належними та допустимими доказами правомірність прийнятих ним рішень, а позивачем не спростовано встановлених судом обставин та їх правової оцінки, не надано доказів на підтвердження порушення його прав, свобод чи інтересів у сфері публічно-правових відносин, а доводи позивача, викладені в адміністративному позові, не ґрунтуються на вимогах чинного законодавства України, тому у суду відсутні підстави для задоволення позову.

Згідно приписів статті 139 КАС України у випадку прийняття рішення про відмову у задоволенні позовних вимог питання щодо розподілу понесених позивачем судових витрат судом не вирішується.

Керуючись статтями 139, 241-246, 250 Кодексу адміністративного судочинства України, суд

ВИРІШИВ:

У задоволенні позовних вимог фізичної особи-підприємця ОСОБА_1 до Головного управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області про визнання протиправними та скасування рішень, - відмовити у повному обсязі.

Рішення суду набирає законної сили після закінчення строку подання апеляційної скарги всіма учасниками справи, якщо апеляційну скаргу не було подано. У разі подання апеляційної скарги рішення, якщо його не скасовано, набирає законної сили після повернення апеляційної скарги, відмови у відкритті чи закриття апеляційного провадження або прийняття постанови судом апеляційної інстанції за наслідками апеляційного перегляду.

Відповідно до частини першої статті 295 Кодексу адміністративного судочинства України, апеляційна скарга на рішення суду подається протягом тридцяти днів з дня складення повного судового рішення.

Згідно із статтею 297 Кодексу адміністративного судочинства України, апеляційна скарга подається безпосередньо до Восьмого апеляційного адміністративного суду.

Повне судове рішення складено 29 червня 2026 року.

Реквізити учасників справи:

позивач:

- ОСОБА_1 (місцезнаходження: АДРЕСА_4 , код РНОКПП НОМЕР_1);

відповідач:

- Головне управління Держпродспоживслужби в Тернопільській області (місцезнаходження: вул. Микулинецька, 20, м.Тернопіль, Тернопільська обл., Тернопільський р-н, 46006, код ЄДРПОУ 40310895).

Головуючий суддя Мірінович У.А.