

ООО «Лидер +»

241019, г. Брянск,

ул. Красноармейская, д. 100

ООО ТД «Мельница»

241019, г. Брянск,

ул. Красноармейская, д. 100

ИП (...)

(...)

РЕШЕНИЕ

«22» июня 2017 г.

г. Брянск

Комиссия Брянского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

(...),

рассмотрев дело № 55 в отношении ООО «Лидер +», ООО ТД «Мельница» и ИП (...), возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии ИП (...) и отсутствии иных лиц,

УСТАНОВИЛА:

17 апреля 2017 года у ТРЦ "Мельница" в г. Брянск распространялась рекламная растяжка следующего текстового содержания: "Вы уху ели? ТРЦ "Мельница" 3 этаж кафе Буфет № 1 Время вкусной ухи" с изображением мультипликационной рыбы. При этом пробел между последними словами фразы «уху ели» едва заметен.

В средствах массовой информации «Брянск Тудей», «Новости Дня», «Брянская улица» и «Город32» в сети Интернет 17.04.2017г. был отражен факт размещения рассматриваемой рекламы, что подтверждается следующими ссылками:

<http://bryansktoday.ru/2017041750209/society/V-Bryanske-zametiliprovokatsionnyu-reklamu-kafe-v-TTS-Melnitsa.html>,

http://www.ucnews.ru/detail/1052642469787407/hotnews_russian/gray/1492461765023,

<http://bryansku.ru/2017/04/17/v-bryanske-poyavilas-provokacionnaya-reklama-uxi/>,

<http://go32.ru/news/society/33748-kafe-pointeresovalos-u-bryancev-ne-uhu-eli-li-oni.html>.

В средствах массовой информации «Наш Брянск», «Брянский объектив», «24tv.pro» в сети Интернет 18.04.2017г. был отражен факт размещения рассматриваемой рекламы, что подтверждается следующими ссылками:

<http://news.nashbryansk.ru/2017/04/18/routine/vyi-uhu-eli/>,

<http://bo32.ru/20170418/bryansknews/socialnaya-sfera/v-bryanske-kafe-zavlekaet-posetiteley-neodnoznachnoy-reklamoy>, <http://www.24tv.pro/news/1623134>.

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из способа и формы размещения, рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение

внимания к объекту рекламирования, способствует формированию интереса к нему и его продвижению на рынке, то есть соответствует всем признакам рекламы, установленным [пунктом 2 статьи 3](#) Федерального закона N 38-ФЗ. Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой.

Ненадлежащей признается реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе».

В рекламе в завуалированной форме используется словосочетание «уху ели», употребляемое в ненормативной лексике, не допустимое в литературной речи, являющееся непристойным, нецензурным, которое воспринимается как оскорбительное.

При производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации ([часть 11 статьи 5](#) Федерального закона N 38-ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006г.).

В соответствии с [Конституцией](#) Российской Федерации государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык ([часть 1 статьи 1](#) Федерального закона от 01.06.2005 N 53-ФЗ "О государственном языке Российской Федерации").

При использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации не допускается использование слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного, за исключением иностранных слов, не имеющих аналогов в русском языке ([часть 6 статьи 1](#) Федерального закона от 01.06.2005 N 53-ФЗ "О государственном языке Российской Федерации").

Таким образом, Федеральные законы [«О рекламе»](#) и [«О государственном языке Российской Федерации»](#) содержат требования, предъявляемые к использованию русского языка при размещении рекламы.

Следовательно, в размещенной рекламе использовано слово, не соответствующее нормам современного русского литературного языка.

Комиссия установила, что рассматриваемая реклама не соответствует требованиям части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», согласно которой в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Согласно ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо; рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем данной рекламы является ИП (...) на основании договора от 01.01.2017г. оказания услуг по продвижению ТРЦ «Мельница», поскольку именно данный предприниматель определил объект рекламирования.

В соответствии с ч. 6 ст. 38 указанного закона ответственность за нарушение ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Руководствуясь п. 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего текстового содержания: "Вы уху ели? ТРЦ "Мельница" 3 этаж кафе Буфет № 1 Время вкусной ухи" с изображением мультипликационной рыбы, распространявшуюся 17 апреля 2017 года у ТРЦ "Мельница" в г. Брянск, поскольку в рекламе использовано слово, не соответствующее нормам современного русского литературного языка, что не соответствует требованиям ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, т.к. нарушение устранено.

3. Производство по делу в отношении ООО «Лидер +» ООО ТД «Мельница» прекратить.

4. Возбудить дело об административном правонарушении, предусмотренное ч. 1 ст. 14.3 кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП (...)

5. Решение изготовлено в полном объеме «26» июня 2016г.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации в течение трех месяцев.

Председатель Комиссии:

(...)

