

РЕШЕНИЕ

10 августа 2011 г. г. Самара

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

рассмотрев дело № 7405-11/8 по признакам нарушения ООО «СУШКА» пункта 3 части 3 статьи 5, части 11 статьи 5, части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» по факту распространения в г. Тольятти на Южном шоссе наружной рекламы суши-бара «Сушка», содержащей фразу «Классные Sos-ki в Sush-ke» с изображением четырех девушек с обнаженными плечами, во рту у которых находятся соски, а также использовались слова на иностранном языке;

в присутствии представителей:

заявителя – — отсутствует (о времени и месте рассмотрения дела лицо уведомлено надлежащим образом, в деле имеется отчет о передаче Определения (исх. № 8832/8 от 28.07.2011 г.) электронной почтой); от лица поступило ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие (исх. № б/н от 01.08.2011 г. / вх. № 4771-з от 02.08.2011 г.)

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «СУШКА» (445140, Самарская область, Ставропольский район, поселок Тимофеевка, ул. Обводная, 3, оф. 3, ИНН 6382059678), законные представители — учредитель ООО «СУШКА» и директор ООО «СУШКА»(протокол общего собрания учредителей ООО «СУШКА» от 28.07.2010 г.) (о времени и месте рассмотрения дела лицо уведомлено надлежащим образом, в деле имеется отчет о передаче Определения (исх. № 8832/8 от 28.07.2011 г.) факсимильной связью);

заинтересованного лица – _____

эксперта – _____

переводчика – _____

УСТАНОВИЛА:

В Самарское УФАС России поступило заявление (вх. № 150 от 28.04.2011 г.) с

просьбой провести проверку рекламы суши-бара «Сушка» на соблюдение законодательства Российской Федерации о рекламе.

Как сообщил заявитель, в г. Тольятти на Южном шоссе висит перетяг с надписью «классные соски в Сушке!» на фоне фотографий девушек с сосками во рту.

По мнению заявителя, «под «сосками» имеются ввиду именно девушки, а не резиновые изделия у них во рту».

Согласно информации, размещенной на сайте www.madagascartc.ru, суши-бар «Сушка» располагается в торговом центре «Мадагаскар», находящемся по адресу: г. Тольятти, ул. Льва Яшина, 14. В меню данного суши-бара указаны следующие наименования: суши, роллы, горячие роллы, горячие закуски, супы, салаты, десерты, напитки, пиво, коктейли.

Согласно пункту 3 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем данной рекламы являлось ООО «СУШКА», что подтверждается следующими документами и материалами:

- 1) Рекламным образцом, распространявшимся в г. Тольятти на Южном шоссе;
- 2) Письменными пояснениями ООО «СУШКА» (исх. № 10 от 09.06.2011 г. / вх. № 3712-з от 17.06.2011 г.);
- 3) Договором на изготовление рекламных перетягов № 75/и от 29.03.2011 г., заключенным между ООО «СУШКА» и ООО РПС «Милениум», и актом № 000156 от 31.03.2011 г.;
- 4) Договором аренды рекламных опор № 27 от 30.03.2011 г., заключенным между ООО «МетТорг» и ООО «СУШКА», и актами № 000041 от 30.04.2011 г. и № 000086 от 15.05.2011 г.

Согласно данным документам указанная реклама распространялась по адресу: г. Тольятти, Южное шоссе № 14 с 04.04.2011 г. по 04.05.2011 г. Кроме того, согласно представленным фотографиям, данная реклама распространялась в месте нахождения суши-бара «Сушка»: г. Тольятти, ул. Льва Яшина, 14, ТЦ «Мадагаскар».

Рассмотрев представленные документы и материалы, Комиссия Самарского

УФАС России пришла к следующим выводам.

1. Согласно пункту 3 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об ассортименте и о комплектации товаров, а также о возможности их приобретения в определенном месте или в течение определенного срока.

ООО «СУШКА» было представлено меню (каталог, ассортимент) продукции (блюд, напитков и т. д.), реализуемой в суши-баре «Сушка» (исх. № 10 от 09.06.2011 г. / вх. № 3712-з от 17.06.2011 г.). В нем содержались следующие наименования: Блюда европейской кухни, Пиво, Суши, Суши Гункан, Горячие закуски, Салаты, Супы, Десерт, Напитки, Роллы, Горячие роллы, Пицца.

Таким образом, среди ассортимента товаров и услуг, предлагаемых данным суши-баром соски отсутствуют.

Как указало Общество в своих письменных объяснениях, «Акция бренда «Классные соски в СушКЕ» проходила в период с 01.04.2011 г. по 31.05.2011 г. и была рассчитана на продвинутую молодежную аудиторию, поэтому название и дизайн соответствуют современным представлениям о вкусной и здоровой пище с молодости. Идея была в доступности донесения определенной акции бренда до целевой аудитории. А также в основе акции лежит принцип позиционирования бренда на эмоциональной основе, то есть неких положительных ощущениях и эмоций. Идея «радужных» воспоминаний и ностальгии о детстве. Она нашла отражение в уникальном названии, и в светлом, легком дизайне. В акции участвовали определенные атрибуты (соски), как элемент интерьера суши-бара, выражающий уникальную идею в привлечении молодежной аудитории».

Вместе с тем, из текста рекламы «Классные Sos-ki в Sush-ke» не следует, что соски являются лишь атрибутом акции, проводимой в суши-баре. Не указывает на это и изображение девушек с сосками во рту, которое никак не связано с детскими воспоминаниями.

Следовательно, в данной рекламе идет привлечение внимания именно к соскам, о чем свидетельствует использование прилагательного «классный», которые отсутствуют в ассортименте товаров и услуг, предлагаемых суши-баром.

Таким образом, данная реклама нарушает требования пункта 3 части 3 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. В соответствии с частью 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе», при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства о государственном языке Российской Федерации. Согласно подпункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 г. № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», государственный язык РФ подлежит

обязательному использованию в рекламе.

Однако, в рекламе суши-бара «Сушка» содержались следующие слова «Sos-ki», «Sush-ke».

Согласно части 2 статьи 3 указанного закона в случаях использования в сферах, указанных в части 1 настоящей статьи, наряду с государственным языком Российской Федерации государственным языком республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранного языка тексты на русском языке и на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, должны быть идентичными по содержанию и техническому оформлению, выполнены разборчиво.

В рекламе аналоги на государственном языке РФ, идентичные иностранным словам, не были указаны.

В соответствии с частью 3 статьи 3 ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» положения части 2 настоящей статьи не распространяются на фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания.

Доказательств, подтверждающих регистрацию наименований «Sos-ki», «Sush-ke» в качестве средств индивидуализации, представлено не было.

Таким образом, реклама суши-бара «Сушка» содержит нарушения части 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

3. Согласно части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений.

В процессе рассмотрения дела комиссией Самарского УФАС России было изучено лексическое значение слов «непристойность» и «оскорбить».

В соответствии с Большим толковым словарем современного русского языка: В 4 т./ Под ред. Д.Н. Ушакова. Т. 1. М., 1935; Т. 2. М., 1938; Т. 3. М., 1939; Т. 4. М., 1940; репринтовое издание М., 1995; М., 2000:

«непристойность» — крайне предосудительный, совершенно недопустимый по неприличию, бесстыдству;

«оскорбить» — крайне унижить, обидеть, причинить моральный ущерб, боль кому-либо.

Данная реклама содержала изображение четырех обнаженных девушек до

плечей, во рту у которых находятся соски.

Самарское УФАС России обратилось в Общественную организацию «Самарская областная организация Союза Журналистов России» (исх. № 8834/8 от 28.07.2011 г.) с просьбой сообщить свое мнение об использовании в данной рекламе непристойных и оскорбительных образов.

В своем ответе Общественная организация «Самарская областная организация Союза Журналистов России» (исх. № 173 от 01.08.2011 г. / вх. № 4839-з от 04.08.2011 г.) указало следующее: «В тексте «Классные Sos-ki в Sush-ke» переплетены слова как на кириллице, так и на латинице. И это предполагает не перевод с английского, а прочтение текста как единое целое со звучанием на русском. Текст трудно назвать этичным. Второй смысл, заложенный в нем, - превалирует. Слово «Sos-ki» читается как «соска», что является вульгарно-просторечным обозначением проституток-минетчиц. В Словаре тюремно-лагерно-воровского жаргона (речевой и графический портрет советской тюрьмы). - М.: Края Москвы, 1992. - с. 230, значение слова «соска» толкуется как «минетчица», «подруга», «сожительница».

Изображение на рассматриваемом рекламном макете обнаженных женских тел с сосками во рту как раз и приводит именно к такому прочтению и вызывает прямые ассоциации с минетом. Публичное изображение в рекламе настолько прозрачного намека на половой акт в приличном обществе недопустимо. Исходя из этого, рассматриваемый нами макет перетяга суши-бара «Sush-ki» относится к неэтичной рекламе, что вступает в противоречие с требованиями Закона о рекламе РФ, так как содержит оскорбительные слова и образы».

Данный ответ оформлен на фирменном бланке организации, с исходящим номером и подписан уполномоченным лицом.

С учетом мнений заявителя Черновой Н.Б., Самарской областной организации Союза Журналистов России, а также оценивая рекламный образец целиком (в частности, отсутствие смысловой связи между обнаженными девушками и наличием в их ртах сосках) данная реклама признана ненадлежащей, содержащей нарушение требования, установленного законодательством Российской Федерации о рекламе, а именно – часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», так как в ней использовались непристойные и оскорбительные образы и выражение.

Кроме того, согласно п. 3 ст. 17 Конституции РФ осуществление прав и свобод человека и гражданина не должно нарушать права и свободы других лиц, а данная реклама напрямую затрагивает права и свободы человека и гражданина. Указанная реклама распространялась в общественных местах, была общедоступной и существенно затрагивала личные неимущественные права неопределенно большого круга лиц.

Следовательно, указанная реклама нарушает требования части 6 статьи 5 ФЗ «О

рекламе».

Таким образом, реклама суши-бара «Сушка» содержит нарушения пункта 3 части 3 статьи 5, части 11 статьи 5 и части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 3 части 3 статьи 5 и частью 6 статьи 5 настоящего закона.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 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 суши-бара «Сушка», распространявшуюся по адресу: г. Тольятти, Южное шоссе № 14 с 04.04.2011 г. по 04.05.2011 г., а также в месте нахождения суши-бара «Сушка»: г. Тольятти, ул. Льва Яшина, 14, ТЦ «Мадагаскар», которая содержала слова на иностранном языке без использования аналогов на государственном языке Российской Федерации, непристойные и оскорбительные образы и выражение, а также содержала не соответствующие действительности сведения об ассортименте товаров, что нарушает требования пункта 3 части 3 статьи 5, части 6 статьи 5 и части 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «СУШКА» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского УФАС России Артамоновой О.Н. для составления протокола по делу об административном правонарушении, предусмотренном части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 09 августа 2011 г.

Решение изготовлено в полном объеме 10 августа 2011 г.

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

