

Заявителю

ООО «Тарко-Ферма»

455021, Челябинская обл.,

г. Магнитогорск,

пр. Карла Маркса, д. 185 Г, оф. 1

РЕШЕНИЕ

по делу № 074/05/5-1701/2020

20 августа 2020 года
Челябинск

Г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушениях

законодательства РФ о рекламе в составе (далее - Комиссия):

председателя Комиссии: < ... > – заместителя руководителя Челябинского УФАС России;

членов Комиссии: <...>– начальника отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России

<...>– специалиста-эксперта отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России,

рассмотрев дело № 074/05/5-1701/2020, возбужденное по факту использования в рекламной акции общества с ограниченной ответственностью «Тарко-Ферма» (далее – ООО «Тарко-Ферма») памятных дат Великой Отечественной войны с признаками нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федерального закона «О рекламе»),

в отсутствие заявителя,

в отсутствие представителя ООО «Тарко-Ферма», надлежащим образом уведомленного о месте и времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

Челябинское УФАС России рассмотрело обращение физического лица (вх. № 7066 от 22.05.2020) по вопросу законности использования в рекламной акции ООО «Тарко-Ферма» памятных дат Великой Отечественной войны.

Из заявления следует, что сеть магазинов «Тарко-Ферма» размещала рекламу о своей продукции в сети «Интернет» по ссылкам https://vk.com/tarkoferma_mgn?w=wall-56012637_1065263, <https://www.verstov.info/news/main/85292-ot-devyati-i-vyshe-tarko-ferma-nastaivaet-na-tom-chto-na-prazdnichnom-stole-dolzny-byt-tolko-svezhie-i-vkusnye-blyuda.html>, с использованием памятных дат Великой отечественной войны.

Специалистами Челябинского УФАС России осуществлен ввод ссылок: https://vk.com/tarkoferma_mgn?w=wall-56012637_1065263, <https://www.verstov.info/news/main/85292-ot-devyati-i-vyshe-tarko-ferma-nastaivaet-na-tom-chto-na-prazdnichnom-stole-dolzny-byt-tolko-svezhie-i-vkusnye-blyuda.html> и составлен Акт осмотра № 33-2020 от 17.07.2020.

На указанной странице размещен баннер следующего содержания: «1941-1945 В честь Дня Победы. 1945 год - скидка на пельмени 45%, 9 мая – скидка на мясо 9%, 75 лет – шаурма по 75 руб. Акция в «Тарко-Ферма».

Также размещена следующая текстовая информация: «Мы все очень ждем этого дня – Дня Победы! Готовимся поздравить ветеранов, вспомнить своих предков, воевавших за наше мирное небо и спокойную жизнь...

Прошло 75 лет, как ликовали наши прадеды, разгромив фашизм. Эта дата и сейчас должна сплотить наш народ еще больше, давайте будем дружнее, а значит – сильнее и непобедимее!

А еще мы желаем, чтобы никто и никогда не испытывал чувства голода. Будьте всегда сытыми, питайтесь вкусно!...»

Данная реклама была вынесена на обсуждение членов Экспертного Совета по применению законодательства о рекламе при Челябинском УФАС России, заседание которого состоялось 30.06.2020.

Большинством голосов Экспертного совета было установлено, что реклама продукции сети магазинов «Тарко-Ферма» с использованием памятных дат Великой отечественной войны содержит оскорбительные образы, связанные с Великой отечественной войной.

На заседание Комиссии Челябинского УФАС России ООО «Тарко-Ферма» представило письменные пояснения, согласно которым общество не хотело противоречить нормам морали и нравственности. ООО «Тарко-Ферма» хотело поздравить граждан и в качестве подарка предложить свою продукцию со скидками.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия приходит к следующим выводам.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - 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, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама (пункт 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с пунктом 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»

товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, объектом рекламирования может быть товар, предназначенный для продажи и иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Соответственно реклама товара всегда представляет собой информацию о конкретном товаре, который можно индивидуализировать внутри группы однородных товаров.

Визуальная и текстовая информация, размещенная сетью магазинов «Тарко-Ферма», отвечает признакам рекламы, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и продвижение его на рынке.

В данной рекламе информация направлена на привлечение внимания к продукции сети магазинов «Тарко-Ферма», а именно: пельмени, мясо, шаурма.

Таким образом, информация, размещенная в сети «Интернет» по ссылкам https://vk.com/tarkoferma_mgn?w=wall-56012637_1065263, <https://www.verstov.info/news/main/85292-ot-devyati-i-vyshe-tarko-ferma-nastaivaet-na-tom-chto-na-prazdnichnom-stole-dolzhny-byt-tolko-svezhie-i-vkusnye-blyuda.html>, следующего содержания: «1941-1945 В честь Дня Победы. 1945 год - скидка на пельмени 45%, 9 мая – скидка на мясо 9%, 75 лет – шаурма по 75 руб. Акция в «Тарко-Ферма», соответствует понятию, изложенному в [статье 3](#) Федерального закона «О рекламе» и является рекламной.

Как следует из [части 1 статьи 5](#) Федерального закона «О рекламе», реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно [подпункту 4 статьи 3](#) Федерального закона «О рекламе» является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с [частью 6 статьи 5](#) Федерального закона «О рекламе» 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.

Слово «оскорбительный» в соответствии с толковым словарем русского языка С.И. Ожегова, означает «крайне унижить, обидеть, причинить моральный ущерб, боль кому-чему-н.».

К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям, согласно письму ФАС России от 29 апреля 2013 года № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», могут быть отнесены такие слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. При этом очевидно, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочего).

Учитывая вышеизложенное, оскорблением является акт прямого действия, направленный на подавление интеллектуальной составляющей сознания личности с целью отрицания ценности деятельности лица, отрицания внутренней самооценки собственных качеств, способностей, мировоззрения, своего общественного значения.

В отношениях, возникающих в связи с рекламой товаров, услуг, следует исходить из того, что соответствующая реклама не должна противоречить нормам морали и нравственности, принятым в обществе. Соблюдение такого баланса обеспечивается существующим законодательным запретом на использование в любой рекламе непристойных образов.

Сам по себе баннер с рекламой, 1945 год - скидка на пельмени 45%, 9 мая – скидка на мясо 9%, 75 лет – шаурма по 75 руб. привлекает внимание потребителя к товару, реализуемому сеть магазинов «Тарко-Ферма».

Однако, информация предлагалась потребителю с текстовой и графической составляющей рекламы, в роли которой выступала надпись: «1941-1945 В честь Дня Победы». Далее следовал текст: «Мы все очень ждем этого дня – Дня Победы! Готовимся поздравить ветеранов, вспомнить своих предков, воевавших за наше мирное небо и спокойную жизнь...

Прошло 75 лет, как ликовали наши прадеды, разгромив фашизм. Эта дата и сейчас должна сплотить наш народ еще больше, давайте будем дружнее, а значит – сильнее и непобедимее!

А еще мы желаем, чтобы никто и никогда не испытывал чувства голода. Будьте всегда сытыми, питайтесь вкусно!...»

При таких обстоятельствах, в совокупности указанная реклама воздействует на сознание потребителя таким образом, что вызываемые при восприятии ее зрительной составляющей чувства и эмоции граждан, связанные с их отношением к победе в Великой Отечественной Войне, ставятся в один ряд с информацией, направленной на стимулирование покупательской активности потребителей.

С учетом распространения спорной рекламы в канун праздника 75-летия Победы, восприятие данной рекламы строилось именно на ассоциациях, связанных с отношением к победе в Великой Отечественной Войне.

Реклама продукции ООО «Тарко-Ферма» в сети «Интернет», такой как пельмени, шаурма, с использованием отсылок к голодному военному времени, является неэтичной.

Данная реклама нарушает принятые в обществе нормы морали и нравственности, так как потребителями рекламы является не только целевая аудитория, на привлечение внимания которой данная реклама направлена, но и пожилые люди, в том числе участники Великой Отечественной войны.

Реклама продукции ООО «Тарко-Ферма» была вынесена на обсуждение членов Экспертного Совета по применению законодательства о рекламе при Челябинском УФАС России, заседание которого состоялось 30.06.2020.

Членам Экспертного Совета был задан вопрос: «Содержит ли данная реклама оскорбительные образы, связанные с Великой отечественной войной?»

Большинством голосов Экспертного совета было установлено, что реклама продукции сети магазинов «Тарко-Ферма» с использованием памятных дат Великой отечественной войны содержит оскорбительные образы, связанные с Великой отечественной войной.

Таким образом, реклама, размещенная ООО «Тарко-Ферма» в сети «Интернет» по ссылкам https://vk.com/tarkoferma_mgn?w=wall-56012637_1065263, <https://www.verstov.info/news/main/85292-ot-devyati-i-vyshe-tarko-ferma-nastaivaet-na-tom-chto-na-prazdnichnom-stole-dolzny-byt-tolko-svezhie-i-vkusnye-blyuda.html>, следующего содержания: «1941-1945 В честь Дня Победы. 1945 год - скидка на пельмени 45%, 9 мая – скидка на мясо 9%, 75 лет – шаурма по 75 руб. Акция в «Тарко-Ферма», противоречит требованиям [части 6 статьи 5](#) Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с [частью 6](#), [частью 7 статьи 38](#) Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований [части 6 статьи 5](#) Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

В соответствии с **пунктом 5 статьи 3** Федерального закона «О рекламе», рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем выше указанной рекламы следует признать ООО «Тарко-Ферма» (ИНН 7455036035, ОГРН 1197456037680).

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, размещенную ООО «Тарко-Ферма» в сети «Интернет» по ссылкам https://vk.com/tarkoferma_mgn?w=wall-56012637_1065263, <https://www.verstov.info/news/main/85292-ot-devyati-i-vyshe-tarko-ferma-nastaivaet-na-tom-chto-na-prazdnichnom-stole-dolzno-byt-tolko-svezhie-i-vkusnye-blyuda.html>, следующего содержания: «1941-1945 В честь Дня Победы. 1945 год - скидка на пельмени 45%, 9 мая – скидка на мясо 9%, 75 лет – шаурма по 75 руб. Акция в «Тарко-Ферма», поскольку при ее распространении нарушены требования **части 6 статьи 5** Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать ООО «Тарко-Ферма» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Челябинского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Тарко-Ферма»

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>

<...> (351) 265-93-79