

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 055/05/5-111/2023 и назначении дела к рассмотрению

06 февраля 2023 года  
Омск

г.

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее – Омское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе () – заместитель руководителя Омского УФАС России, рассмотрев материалы, свидетельствующие о признаках нарушения () части 6 статьи 5 и статьи 8 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее Федеральный закон «О рекламе»),

### УСТАНОВИЛА:

В Омское УФАС России поступило обращение гражданина по факту распространения в сети «Интернет» ненадлежащей, по его мнению, рекламы суши и роллов «Ё».

В качестве доказательства распространения рекламы заявителем приложен скриншот социальной сети в «ВКонтакте».

Омским УФАС России 09.09.2022 установлено, что спорная информация размещалась в социальной сети «ВКонтакте» в сообществе «Аварийный Омск» (<https://vk.com/aomsk>): «Отличный день для «К.../» 2 кг нежнейших роллов всего за 1199 руб по промокоду «ХОЧУ К...» - бесплатная доставка по Омску Набор К...: Цезарь BIQ, Цезарь темпура, Лава темпура, Спецл NEW, Киото, Тори маки, Краб терияки Заказывай вкусные роллы на сайте <https://vk.cc/cg01uM> или звони по телефону 8-800-333-33-33 А если хочешь получать секретные промокоды, бонусы и акции от доставки Ё..., то подписывайся на рассылку <https://vk.cc/cg01uM> Подписывайся на нас в ВК [https://vk.com/sushi\\_rolls\\_omsk](https://vk.com/sushi_rolls_omsk) Набор К... 1199р вместо 1 379 р по промокоду хочук... Ё... sushi & rolls При заказе назови промокод оператору или укажи его в специальном поле. Акция действует до его отмены. Минимальную сумму доставки в ваш район узнавайте на сайте или у оператора».

По определению, данному статьей 3 Федерального «О рекламе»:

реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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 - это 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; товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Вышеуказанная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками: распространена в сети «Интернет» в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к компании «Ё...» и оказываемой услуге – продаже суши и роллов, в том числе посредством доставки.

Вместе с тем распространённая реклама содержит признаки нарушения

Федерального закона «О рекламе».

1. В пункте 28 постановления Пленума Высшего Арбитражного суда Российской Федерации от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» указано, что *«рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями».*

19.01.2023 состоялось заседание Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Омском УФАС России (далее - Экспертный совет).

Одним из вопросов повестки выступала оценка спорной Интернет-рекламы на предмет использования в ней бранных слов и непристойных выражений.

Эксперты высказали свои суждения, а также проголосовали по следующим вопросам:

1. Использовано ли в указанной рекламе бранное слово/легко считываемое производное от бранного слова (название сети)?
2. Использовано ли в указанной рекламе непристойное выражение/легко считываемое производное от непристойного выражения (название блюда, промокода)?
3. Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в рекламе данных слов/выражений?

По результатам голосования большинством членов Экспертного совета было признано:

- использование бранного слова в названии сети суши;
- название продукции, промокода напоминает языковую единицу, не предназначенную для широкого использования в массовой коммуникации;
- данная реклама суши недопустима к распространению.

Таким образом, установлено, что употреблённые в рекламе слова (названия сети, продукции, промокода) созвучны со словами, используемыми в ненормативной лексике, имеют обценное значение, противоречат общественным интересам и принципам морали.

Доказательством вышеуказанного также является факт направления гражданином обращения в Омское УФАС России.

Согласно части 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 (часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»).

2. Согласно части 2 статьи 497 Гражданского кодекса Российской Федерации договор розничной купли-продажи может быть заключен на основании ознакомления покупателя с предложенным продавцом описанием товара посредством каталогов,

проспектов, буклетов, фотоснимков, средств связи (телевизионной, почтовой, радиосвязи и других) или иными способами, исключающими возможность непосредственного ознакомления потребителя с товаром либо образцом товара при заключении такого договора (дистанционный способ продажи товара).

В данном случае у потребителя отсутствует прямой и непосредственный контакт с товаром либо его образцом до заключения договора, ознакомление товара происходит посредством изучения каталога на сайте <https://vk.cc/cg01uM> или по телефону 8-800-333-33-33, что является дистанционным способом продажи.

В силу статьи 8 Федерального закона «О рекламе» в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

На момент фиксации факта распространения рекламы информация о продавце, осуществляющем продажу товаров дистанционным способом, отсутствовала.

ООО «Вконтакте» представлена информация (вх. № 11598/22 от 22.11.2022, вх. № 13007/22 от 23.12.2022): «Информационный материал (фотография) по ссылке [https://vk.com/aomsk?z=photo62731567\\_457425805](https://vk.com/aomsk?z=photo62731567_457425805) (представлен сокращенный формат ссылки) размещен в записи на стене сообщества [https://vk.com/wall-62731567\\_2550282](https://vk.com/wall-62731567_2550282). Запись на стене сообщества по ссылке [https://vk.com/wall-62731567\\_2550282](https://vk.com/wall-62731567_2550282) была размещена Пользователем персональной страницы [\(\)](#). Пользователь персональной страницы [\(\)](#) зарегистрирован на Сайте под именем «()», «Пользователь персональной страницы по адресу [\(\)](#) зарегистрирован на Сайте под именем «()» указал следующие сведения: номер телефона: +7() адрес электронной почты [\(\)](#)

Установлено, что абонентский номер +7() выделен физическому лицу [\(\)](#)

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Рекламораспространитель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункт 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с частями 6 и 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение части 6 статьи 5 и статьи 8 Федерального закона «О рекламе», рекламораспространитель - статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 2, 13, 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 055/05/5-111/2023 по признакам нарушения

требований части 6 статьи 5 и статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать лицами, участвующими в деле, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: - заявитель;

- лицо, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе – ()

3. Назначить дело к рассмотрению на 28.02.2023 в 16:00 часов по адресу: 644010, г. Омск, пр. К. Маркса, д. 12 А, к. 102.

4. () в срок до 27.02.2023 представить в адрес Омского УФАС России пояснения относительно вышеуказанного факта распространения в социальной сети «ВКонтакте» рекламы суши «Ё...» с признаками нарушения части 6 статьи 5 и статьи 8 Федерального закона «О рекламе».

Ссылка на предоставление возможности участия в рассмотрении дела  
путем видеоконференцсвязи (далее – ВКС):  
<https://fas3.tconf.rt.ru/c/6335015344>.

С инструкцией для участников ВКС можно ознакомиться по ссылке:  
[https://fas.gov.ru/in\\_ca.pdf](https://fas.gov.ru/in_ca.pdf).