

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ № 074/05/5-1335/2023

07 июня 2023 года г. Челябинск, пр. Ленина, 59

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, <...>, рассмотрев заявление физического лица по факту размещения рекламы на рекламной конструкции, с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»),

#### УСТАНОВИЛ:

В Челябинское УФАС России рассмотрено заявление физического лица (от 10.04.2023 вх. № 4703-ИП/23) по факту распространения рекламы следующего содержания: «Массаж языка профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован отака SUCHI» на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. <...>

Согласно сведениям, представленным Администрацией города Магнитогорска, по указанной рекламной конструкции заключен договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции с ИП М<...>(ИНН <...>), срок действия которого истек 20.12.2022. За фактическое размещение рекламной конструкции ИП М<...> оплачивает неосновательное обогащение. По состоянию на 13.04.2023 указанная рекламная информация отсутствует.

Челябинским УФАС России направлен запрос ИП М<...>. о представлении необходимых документов и сведений.

ИП М<...> представлены письменные пояснения, согласно которым между ней и ООО «Свободная Линия» заключен договор от 01.12.2017 № 003. В соответствии с пунктом 1.1 указанного договора ИП М<...>по заданию ООО «Свободная Линия» обязуется оказать услуги (выполнить работы) по размещению рекламной информации, а последний обязуется принять и оплатить эти услуги (работы). В рамках данного договора в период с 01.03.2023 по 31.03.2023 ИП М<...> оказала услуги ООО «Свободная Линия» по размещению рекламы согласно графика размещения и адресной программы. Макеты размещаемой рекламы представлены ООО «Свободная Линия». 12.04.2023 ООО «Свободная Линия» демонтировало рекламно-информационный материал, размещенный на рекламной конструкции по адресу: г. <...>

*Рассмотрение заявления и материалов приводит к следующим выводам.*

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» 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.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределенного круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (то есть возможность купить товар или воспользоваться услугой).

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» 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.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

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.

Таким образом, данное положение Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

Исходя из положений п. 16 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» по делам о привлечении лиц к ответственности за использование ими в рекламе бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных (то есть крайне предосудительных и недопустимых ввиду неприличия) и (или) оскорбительных (то есть способных причинить обиду) специальных знаний, как правило, не требуется.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы

поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Слово «непристойный» в соответствии с Толковым словарем русского языка С.И. Ожегова означает «неприличный, бесстыдный». Слово «Бесстыдный» согласно вышеуказанному словарю означает противоречащий общественной морали, непристойный». «Неприличный» - противоречащий правилам приличия. «Приличие» - правило поведения, благопристойность.

К непристойным образам, могут быть отнесены такие образы и выражения, которые нарушают общепринятые модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к непристойным 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 прочее).

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

Кроме того, при решении вопроса о соответствии той или иной рекламной информации требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» такую информацию следует оценивать в совокупности с обстоятельствами ее размещения (например, место расположения рекламной конструкции с учетом близости к учреждениям культуры, объектам культа, кладбищам и т.п.).

Так, информация следующего содержания: «Массаж языка профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован отака SUCHI» размещалась на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. <...>

Данная информация является рекламой, поскольку распространена посредством рекламной конструкции, предназначена для неопределенного круга лиц; привлекает, формирует и поддерживает интерес к компании «Отака SUCHI», его товарам, а также способствует их продвижению на рынке.

Необходимо отметить, что кегль рассматриваемого рекламного текста выполнен в различном виде. Так, формулировка «Массаж языка» выполнена в большем шрифте в сравнении с другим тестом. Далее ниже используются формулировки «профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован», выполненные в меньшем шрифте. Формулировка «отака SUCHI» расположена в правом нижнем углу, шрифт которой аналогичен предыдущим фразам.

Между тем, для правильного восприятия указанной информации необходимо

видеть текст в полном объеме. Учитывая, что формулировка в рекламе «Массаж языка» выполнена в большем шрифте, далее следуют формулировки «профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован», что в совокупности являются непристойными выражениями. Кроме того, в случае отсутствия возможности ознакомления с данной рекламной информацией в полном объеме, в частности с формулировками «с помощью роллов», «отака SUCHI», рассматриваемая информация вводит потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования.

Необходимо отметить, что рекламная конструкция с данным содержанием размещена по адресу: г. <...> Согласно данным 2ГИС рядом с данной рекламной конструкцией расположены: сквер, торговый центр, ледовый дворец спорта, сквер храма.

Учитывая изложенное, рассматриваемая реклама следующего содержания: «Массаж языка профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован отака SUCHI», размещаемая на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. <...> содержит признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального Закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 указанного Федерального закона, несет рекламодаделец.

В соответствии с пунктами 5 статьи 3 Закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно пункту 5.3 Договора от 01.12.2017 № 003, заключенного между ИП М<...> и ООО «Свободная Линия», последний несет полную ответственность за содержание и оформление предоставляемых ИП М<...> рекламных и/или информационных материалов (макетов материалов).

Из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Свободная Линия» (ИНН <...>).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### **ОПРЕДЕЛИЛ:**

1. Возбудить производство по делу **№ 074/05/5-1335/2023** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Продлить срок рассмотрения дела **№ 074/05/5-1335/2023 до 07.09.2023.**
3. Назначить дело **№ 074/05/5-1335/2023** к рассмотрению **на 17 июля 2023 года в 14:00** по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, 59, каб. 330.

4. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель;

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства: ООО «Свободная Линия» (ИНН <...>).

5. ООО «Свободная Линия» надлежит направить в Челябинское УФАС России **в срок до 12 июля 2023 года:**

5.1) письменные пояснения по факту распространения рекламы следующего содержания: «Массаж языка профессиональный, без рук и другого языка, специалисты с многолетним стажем, недорого, с помощью роллов хэппи-энд гарантирован отака SUCHI», с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», с приложением подтверждающих документов;

5.2) письменные пояснения по факту распространения рекламы организации «отака SUCHI» ООО «Свободная Линия», с приложением подтверждающих документов (например, договор, соглашения, иные документы);

5.3) письменные пояснения по факту разработки и определения объекта рекламирования рассматриваемой рекламы, с приложением подтверждающих документов (в том числе, копию утвержденного макета данной рекламы);

5.4) сведения о лице, определившем содержание указанной рекламы;

5.5) информацию о периоде распространения рекламы, с приложением подтверждающих документов;

5.6) сведения обо всех средствах и способах распространения указанной рекламы, с приложением подтверждающих документов;

5.7) иные документы и сведения, имеющие значения для рассмотрения настоящего дела.

**Все запрошенные документы необходимо представить в копиях, заверенных печатью и подписью, с сопроводительным письмом.**

**В случае отсутствия документов из приведенного перечня представить письменные объяснения о причинах их отсутствия.**

При участии в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе представителей указанных лиц, полномочия представителя должны быть оформлены доверенностью на право представления интересов указанных лиц в антимонопольном органе.

**Дополнительно сообщаем, что в целях обеспечения реализации прав на участие в рассмотрении дела путем дистанционного участия посредством видеоконференцсвязи с использованием программного обеспечения TrueConf необходимо на адрес [to74@fas.gov.ru](mailto:to74@fas.gov.ru) заблаговременно представить ходатайство об участии в данном рассмотрении.**