

## РЕШЕНИЕ

ПО ДЕЛУ № 054/05/5-270/2024

«12» марта 2024г.

г.Новосибирск

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

<...>

рассмотрев дело № 054/05/5-270/2024, возбужденное по факту размещения рекламы «*Ё Ёбидоёби Sushi & Rolls. Не материмся и вкусно готовим*» с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О рекламе»),

в отсутствие:

- заявителя - физическое лицо (не явился, уведомлен надлежащим образом),
- ИП Русенко М.И. (не явилась, уведомлена надлежащим образом),
- представителя ООО «Ёбидоёби» (не явился, Общество уведомлено надлежащим образом),

### УСТАНОВИЛА:

В адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление физического лица – (вх. № 23548-ИП/23 от 12.12.23) по факту размещения информации с нарушением действующего законодательства. Как указывается в заявлении, по адресу: г. Новосибирск, ул. Объединения, д. 100/6 размещена информация, следующего содержания: «*Ё Ёбидоёби Sushi & Rolls. Не материмся и вкусно готовим*».

По результатам рассмотрения заявления Новосибирским УФАС России возбуждено настоящее дело, в ходе рассмотрения которого установлено следующее.

В соответствии с п.1 ст.3 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.

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

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку отвечает всем признакам рекламы. Объектами рекламирования выступает суши-ресторан «Ёбидоёби».

В соответствии с ч. 6 ст. 5 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.

08.02.2024 состоялось заседание Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при Новосибирском УФАС России (далее - Экспертный совет). Одним из вопросов повестки выступала оценка наружной рекламы сети суши и роллов «Ёбидоёби» на предмет использования бранных слов и непристойных выражений.

Перед членами Экспертного совета был поставлен вопрос: Используются ли в рекламе бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения в том числе в отношении профессии, социальной категории?

По результатам голосования Экспертного совета было признано, что в рассматриваемой рекламе используются бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения в том числе в отношении профессии, социальной категории.

Членами Экспертного совета отмечено, что авторы рекламы осознанно провоцируют потребителей воспринимать двусмысленность названия службы доставки размещением рядом с наименованием компании дополнительного красного баннера «*Не материмся и вкусно готовим*».

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает требования ч. 6 ст. 5 Закона «О рекламе». В соответствии со ст. 38 Закона «О рекламе», ответственность за нарушение указанной нормы несет рекламодатель.

Деятельность по указанному адресу осуществляет ИП Русенко М.И. (<...>). Владелец комплекса имущественных прав бренда «Ёбидоёби» является ООО «Ёбидоёби» (ИНН 2465142629).

В ответ на запрос Новосибирского УФАС России, ИП Русенко М.И. представила пояснения, согласно которым она осуществляет свою деятельность под коммерческим обозначением «Ёбидоёби» на основании соответствующего договора с ООО «Ёбидоёби».

В рамках данного договора ИП Русенко М.И., как пользователь интеллектуальных прав, обязана размещать рекламу, созданную правообладателем как

рекламопроизводителем. ИП Русенко М.И. не вносит в данную рекламу изменений.

ООО «Ёбидоёби» в ответ на запрос Новосибирского УФАС России представило пояснения, согласно которым ООО «Ёбидоёби» является владельцем комплекса имущественных прав, как имеющих, так и не имеющих государственную охрану, на бренд «Ёбидоёби», которые предоставляются по соответствующим договорам партнерам Общества.

В рамках данных договоров партнеры обязаны осуществлять маркетинговую активность, в т.ч. размещать рекламу, объектом которой выступает сеть ресторанов «Ёбидоёби» и/или ее продукция – суши-сети. Поэтому объект рекламы – средство индивидуализации, предприятие определено ООО «Ёбидоёби» как правообладателем. ООО «Ёбидоёби» создает всю рекламную продукцию, а партнеры Общества осуществляют ее размещение.

Таким образом, лицом, определившим содержание рассматриваемой информации (объект рекламирования), является ООО «Ёбидоёби». Следовательно, ООО «Ёбидоёби» является рекламодателем рассматриваемой рекламы - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5 ст.3 Закона «О рекламе»). ИП Русенко М.И. в данном случае выступает в качестве рекламораспространителя - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона «О рекламе»).

При этом, ООО «Ёбидоёби» не располагает информацией о конкретных рекламных носителях, которые размещают партнеры Общества. Вопросы выбора носителей и производства рекламных материалов решаются ими самостоятельно.

Относительно вопроса о смысловом наполнении *«Не материмся и вкусно готовим»*, с учетом указания рядом фирменного наименования «Ёбидоёби», ООО «Ёбидоёби» поясняет следующее. Поскольку данный вопрос относится к проблеме толкования рекламы, то ООО «Ёбидоёби» поясняет, что отношения по распространению рекламы являются гражданско-правовыми, а сама реклама в силу ст. 437 ГК является офертой или приглашением делать оферты, поэтому к толкованию рекламы должны применяться положения ст. 431 ГК РФ, согласно которым при толковании условий договора судом принимается во внимание буквальное значение содержащихся в нем слов и выражений.

Буквальное толкование подразумевает установление смысла слов и выражений, используемых в рекламе исходя из их нормативного, словарного значения русского языка как государственного.

Буквальное толкование фразы *«Не материмся и вкусно готовим»* означает, что сотрудники «Ёбидоёби» не используют в своей коммуникации с потребителем ненормативной лексики и создают пищевую продукцию, обладающую примечательными вкусовыми достоинствами. Смысловой акцент на отсутствие ненормативной лексики сделан для того, чтобы развить ошибочные мнения относительно бранного характера коммуникации ООО «Ёбидоёби». В том числе, относительно названия бренда, которое не является русской бранью.

В ответ на Определение о возбуждении дела и назначении дела к рассмотрению от 12.02.2024г., ИП Русенко М.И. представила дополнительные пояснения и

документы (вх. № 4077-ЭП/24 от 07.03.24), согласно которым, по мнению ИП Русенко М.И., информации «Ёбидоёби. Не материмся и вкусно готовим», размещенная непосредственно в месте осуществления деятельности не является рекламой.

Данный вывод следует из п. 1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации N 58 от 08.10.2012 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", согласно данному пункту не следует рассматривать в качестве рекламы и размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Подобный подход констатирует, что название (товара, производителя) не является рекламой, но может выступать объектом рекламы. Под рекламой понимается информация, направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, соответственно, по мнению ИП Русенко М.И., неправомерно отождествлять понятия реклама и объект рекламы.

Рекламой считается только информация о товаре, но само название товара, в т.ч. охраняемое как средство индивидуализации, не является рекламой и не может быть проверено на соответствие рекламному законодательству.

Исключение из данного правила указано в ч. 4 ст. 2 Закона «О рекламе», согласно которому специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов.

Специальные требования к такой рекламе отдельных видов товаров сформулированы в гл. 3 Закона «О рекламе». Положения ч. 6 ст. 5 Закона «О рекламе» относятся к общим положениям рекламного закона и, по мнению ИП Русенко М.И., не могут быть применены к рекламе средства индивидуализации и названию ресторана, особенно размещённых в месте его нахождения.

Данная информация является символическим элементом оформления предприятия, призванная обозначить его расположение. Данный элемент ИП Русенко М.И. размещает в силу обязанности п. 5.1.3 сублицензионного договора. Т.е. стороны сублицензионного договора не рассматривали данную информацию как рекламу, а потому не согласовывали её как рекламу. При этом, данный элемент размещен по указанному адресу с апреля 2021 г. Соответственно, многолетняя практика его использования свидетельствует о том, что у большинства нет претензий к названию. А единичные недовольства, по мнению ИП Русенко М.И., не могут быть основанием для каких-либо негативных последствий.

В ответ на Определение о возбуждении дела и назначении дела к рассмотрению от 12.02.2024г., ООО «Ёбидоёби» представлены дополнительные пояснения (вх. № 4170-ЭП/24 от 11.03.24), согласно которым, по мнению Общества, в Определении о возбуждении дела содержатся противоречивые выводы относительно квалификации информации «Ёбидоёби. Не материмся и вкусно готовим», размещенной в месте осуществления деятельности сервиса доставки (г.

Новосибирск, ул. Объединения, д. 100/6). Так в 1 абзаце данная информация квалифицирована как **вывеска**, а, следовательно, она, по мнению ООО «Ёбидоёби», не может быть рекламой.

Далее эта информация меняет квалификацию на рекламу. Однако, данный вывод, по мнению ООО «Ёбидоёби», неверен, т.к. согласно п. 1 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации N 58 от 08.10.2012 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", не следует рассматривать в качестве рекламы и размещение наименования (коммерческого обозначения) организации в месте ее нахождения, а также иной информации для потребителей непосредственно в месте реализации товара, оказания услуг (например, информации о режиме работы, реализуемом товаре), поскольку размещение такой информации в указанном месте не преследует целей, связанных с рекламой.

Соответственно, поскольку в настоящем деле коммерческое обозначение «Ёбидоёби» размещено непосредственно в месте деятельности ИП, оказывающего услуги под данным обозначением, то такая информация не является рекламой.

По мнению ООО «Ёбидоёби», из определения невозможно установить какая информация по мнению Новосибирского УФАС России, является рекламой.

В информации «Ёбидоёби. Не материмся и вкусно готовим» есть только упоминания средства индивидуализации сервиса «Ёбидоёби», которое может быть объектом рекламы и слоган «не материмся и вкусно готовим». Никакой рекламной информации о товаре в этой информации нет, поэтому в ней, по мнению ООО «Ёбидоёби», нет и рекламы.

При этом, положения ч. 4 ст. 2 Закона «О рекламе» распространяются на рекламу средств индивидуализации только в части специальных требований Закона «О рекламе». Требования ч. 6 ст. 5 Закона «О рекламе» не являются специальными и поэтому на них данное правило не распространяется.

При этом, по мнению ООО «Ёбидоёби», в определении отсутствует описание объективной стороны правонарушения (какие элементы и в силу чего квалифицированы как бранные, непристойные, оскорбительные).

ООО «Ёбидоёби» отмечает, что Обществу неизвестен статус Экспертного совета при Новосибирском УФАС России, его состав, компетенция, на каком основании он оценивает рекламу Общества, при том, что представителей ООО «Ёбидоёби» на данное заседание не приглашали.

Также из текста определения, по мнению ООО «Ёбидоёби», невозможно установить, на каком основании Общество признано рекламодателем. В силу того, что данная информация является вывеской, под которой осуществляет свою деятельность ИП Русенко и которая размещена на её имуществе, то наделение Общества данным статусом, по мнению ООО «Ёбидоёби», неправомерно.

Рассмотрев доводы сторон, Комиссия Новосибирского УФАС России отмечает следующее.

Экспертный совет по применению законодательства о рекламе и

антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области (далее - Экспертный совет) образуется в целях рассмотрения вопросов, связанных с применением законодательства Российской Федерации о рекламе, антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции.

Экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области (далее - Управление). Его решения имеют рекомендательный характер и представляются в Управление Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области для принятия решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации, реализации государственной политики в области контроля соблюдения рекламного законодательства РФ и подготовки предложений по совершенствованию законодательства РФ о рекламе.

Одной из основных задач совета является экспертиза и оценка содержания и восприятия рекламы, в том числе оценка воздействия рекламы на потребителей рекламной информации.

Экспертный совет формируется из специалистов управления, представителей других федеральных органов исполнительной власти, научных организаций, экспертов и специалистов в отдельных областях знаний.

Положение об экспертном совете по применению законодательства о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при управлении федеральной антимонопольной службы по новосибирской области находится в открытом доступе и размещено на сайте Новосибирского УФАС России.

Решения Экспертного совета принимаются простым большинством голосов членов, присутствующих на заседании. При равенстве голосов голос Председателя Экспертного совета является решающим.

Решения Экспертного совета оформляются протоколом, подписываемым Председателем и ответственным секретарем Экспертного совета.

Копия протокола заседания Экспертного совета имеется в материалах дела. В соответствии с п. 29 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 N 1922, стороны и заинтересованные лица со дня вынесения определения о назначении дела к рассмотрению вправе, в том числе, знакомиться с материалами дела (за исключением сведений, составляющих государственную и иную охраняемую законом тайну) и делать выписки из них. С момента вынесения определения о назначении дела к рассмотрению, а именно, с 12.02.2024г., ООО «Ёбидоёби» имело возможность ознакомиться с материалами дела, в том числе, с копией протокола заседания Экспертного совета.

Таким образом, участие представителей ООО «Ёбидоёби» на заседание Экспертного совета не является обязательным, также как не является обязательным направление в адрес Общества протокола данного заседания.

Комиссия Новосибирского УФАС России не принимает доводы ИП Русенко М.И. и ООО «Ёбидоёби», касающиеся того, что рассматриваемая информация: «Ё Ёбидоёби *Sushi & Rolls. Не материмся и вкусно готовим*», не является рекламой, на основании следующего.

На рассматриваемых конструкциях размещается информация следующего содержания: «Ё Ёбидоёби *Sushi & Rolls. Не материмся и вкусно готовим*». При этом, данные конструкции выполнены в едином стиле, расположены рядом, и воспринимаются как единое целое. Следовательно, информация, размещенная на них, воспринимается в совокупности. Данная информация содержит логотип «Ё», наименование суши-ресторана «Ёбидоёби» «*Sushi & Rolls*», а также слоган: «*Не материмся и вкусно готовим*».

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.

Вопреки мнению Общества, объектом рекламирования может быть и наименование организации, название товаров (работ, услуг), средства индивидуализации юридических лиц, товаров, работ, услуг и предприятий, которые позволяют выделить конкретное лицо или конкретный товар среди множества однородных.

Объектом рекламирования в рассматриваемом случае выступает сеть ресторанов «Ёбидоёби». Наименование данной торговой марки позволяет выделить конкретное лицо или конкретный товар среди множества однородных.

При этом, используемое в Определении о возбуждении дела понятие «*вывески*» не означает, что рассматриваемая информация не является рекламой. Закон «О рекламе» не содержит определения *вывески*, которое бы разграничивало информацию на «рекламу» и «вывеску». Вывеской, в данном случае, обозначен способ донесения информации до потребителей.

В соответствии с пунктами 2 и 5 части 2 статьи 2 Закона «О рекламе» данный Закон не распространяется на информацию, раскрытие или распространение либо доведение до потребителя которой является обязательным в соответствии с федеральным законом, а также на вывески и указатели, не содержащие сведений рекламного характера.

Таким образом, из положений Закона «О рекламе» следует, что вывеска может как содержать сведения рекламного характера, так и не содержать их.

Кроме того, размещение слогана «*Не материмся и вкусно готовим*» не является обязательным в соответствии с федеральным законом (как, например, указание на вывеске времени работы ресторана), и не может служить иной целью, кроме как привлечения внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования – суши ресторану «Ёбидоёби».

Вывеска с размещенным на ней средством индивидуализации (наименованием компании/магазина/ресторана, брендом и т.п.) может не быть рекламой, в случае,

если она не содержит сведений рекламного характера и не преследует целей, связанных с рекламой. Однако, в данном случае, рассматриваемая вывеска не просто размещена в месте осуществления деятельности суши-ресторана «Ёбидоёби», но и содержит иную информацию, направленную на привлечения внимания к наименованию данного суши ресторана: *«Не материмся и вкусно ГОТОВИМ»*.

Следовательно, целью размещения данной вывески было не просто указание на размещение данного суши-ресторана по данному адресу (место осуществления деятельности), но и привлечения внимания неопределенного круга лиц именно к суши-ресторану «Ёбидоёби», выделения его среди ряда однородных заведений и формирования к нему интереса, то есть – продвижение на рынке.

Таким образом, данная информация является рекламой, поскольку в полной мере соответствует определению рекламы.

Позиция сторон, согласно которой положения ч. 4 ст. 2 Закона «О рекламе» распространяются на рекламу средств индивидуализации только в части специальных требований рекламного закона, а требования ч. 6 ст. 5 Закона «О рекламе» не являются специальными и поэтому *на них данное правило не распространяется*, основывается на неверном толковании норм права.

П. 4 ст. 2 Закона «О рекламе» сообщает, что специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются **также** на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения.

Таким образом, положения настоящего Федерального закона распространяются на рекламу средств индивидуализации как в части общих норм, так и специальных.

Рассматриваемая реклама содержит слово «Ёбидоёби», которое при прочтении может восприниматься как бранное, о чем свидетельствуют мнения заявителя, выраженное в поступившем в адрес антимонопольного органа заявлении, а также членов Экспертного совета.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления; 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.

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. Для оценки рекламы на предмет соответствия нормам морали ФАС России рекомендует территориальным органам выносить вопрос об оценке рекламы на заседания экспертных советов

при антимонопольном органе.

Именно в целях оценки рекламы в совокупности с обстоятельствами ее размещения на предмет этичности данная реклама была включена в повестку заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при Новосибирском УФАС России.

Кроме того, Комиссией Новосибирского УФАС России отмечается, что в соответствии с решением Арбитражного суда Красноярского края от «07» апреля 2023 года по делу № А33-31075/2022, ООО «Ёбидоёби» обязано изменить фирменное наименование юридического лица путем внесения изменений в учредительные документы и представления в регистрирующий орган документов, предусмотренных статьей 17 Федерального закона от 08.08.2001 № 129-ФЗ «О государственной регистрации юридических лиц и индивидуальных предпринимателей».

В данном решении суда отмечается, что содержащееся в фирменном наименовании ответчика слово «ЁБИДОЁБИ» является обозначением, противоречащим общественным интересам, принципам гуманности и морали, так как, находясь в информационном поле неограниченного числа лиц, с существенной долей вероятности слово вызовет ассоциации с бранной ненормативной лексикой русского языка.

Противоречие фирменного наименования общественным интересам, принципам гуманности и морали нарушает требования подпункта 5 пункта 4 статьи 1473 ГК РФ.

Реализация предусмотренного частью 1 статьи 34 Конституции Российской Федерации права на свободное использование своих способностей и имущества для предпринимательской деятельности, в силу прямого указания части 3 статьи 17 Конституции Российской Федерации, не должна нарушать права и свободы других лиц.

Постановлением Третьего Арбитражного апелляционного суда от 26.07.2023 года решение Арбитражного суда Красноярского края по делу № А33-31075/2022 оставлено без изменения.

Кроме того, в данном Постановлении отмечается, что ввиду многочисленных жалоб на обозначение сети доставки суши «ЁБИДОЁБИ» (рекламные вывески, баннеры, распространяемая реклама, в том числе в сети интернет) вполне очевидно, что слово «ЁБИДОЁБИ», которое также используется в фирменном наименовании Общества, противоречит общественным интересам и принципам морали, поскольку конструкция спорного слова такова, что фирменное наименование ответчика состоит из употребления подряд двух слов, образованных от общеизвестного матерного, бранного слова на букву «е».

Довод ответчика о том, что отсутствуют нормы, запрещающие использовать в фирменном наименовании слова, схожие по звучанию с бранными, но не являющиеся таковыми, были оценены и обосновано признаны судом первой инстанции несостоятельными, поскольку обратное бы означало возможность использования любого бранного слова или выражения только потому, что в иностранном языке есть слово или выражение со схожим произношением.

Постановлением Суда по интеллектуальным правам от 09.10.2023 года решение Арбитражного суда Красноярского края от 07.04.2023 и постановление Третьего арбитражного апелляционного суда от 26.07.2023 по делу № А33-31075/2022 оставлены без изменения. Определением Верховного Суда Российской Федерации от 15.01.2024г., в передаче кассационной жалобы ООО «Ёбидоёби» для рассмотрения в судебном заседании Судебной коллегии по экономическим спорам Верховного Суда Российской Федерации отказано.

Исходя из изложенного, поскольку значительной частью потребителей слово «ЁБИДОЁБИ» может восприниматься как бранное, нецензурное слово, употребляемое в ненормативной лексике и, как следствие, противоречащим общественным интересам и нормам морали, рассматриваемая реклама нарушает требования ч. 6 ст. 5 Закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Закона «О рекламе», ответственность за нарушение указанной нормы несет рекламодаделец.

Как отмечалось выше, рекламоделом в данном случае является ООО «Ёбидоёби».

Следовательно, своими действиями ООО «Ёбидоёби» нарушило требования ч. 6 ст. 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - это реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ 24.11.2020г. №1922

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламную информацию, размещенную в декабре 2023 года на фасаде здания по адресу: г. Новосибирск, ул. Объединения, д. 100/6, следующего содержания: «Ё Ёбидоёби *Sushi & Rolls*. Не материмся и вкусно готовим» ненадлежащей, а ООО «Ёбидоёби» (430034, Россия, респ Мордовия, Саранск г.о., г.Саранск, Промышленная 1-я ул, д. 23, помещ. 12Б, ОГРН: 1162468066298, дата присвоения ОГРН: 25.03.2016, ИНН: 2465142629) нарушившим требования ч. 6 ст. 5 Закона «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.
2. Выдать ООО «Ёбидоёби» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Решение изготовлено в полном объеме «22» марта 2024 г