

## РЕШЕНИЕ

01 июля 2013 дата оглашения резолютивной части

10 июля 2013 дата изготовления в полном объеме  
г.Томск

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

председатель Комиссии: В.И. Ше.ководитель Томского УФАС России;  
члены Комиссии: Н.В.Ба. - начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания; Е.В.Чу.. - ведущий специалист отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания; М.Н.Пе.. - специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания;

рассмотрев дело №06-11/35-13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения в г.Томске рекламы мебельного салона «Громада», без участия заявителя, уведомленного в установленном законом порядке, без участия заинтересованного лица - индивидуального предпринимателя У., уведомленного в установленном законом порядке; в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – общества с ограниченной ответственностью «Северная Корона», представитель К., на основании доверенности от 08.02.2013г.,

установила:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Томской области ходе осуществления полномочий по надзору за соблюдением законодательства о рекламе, а также на основании поступившего заявления гражданина (вх.№2588 от 08.05.2013г.) выявлены признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, которые выразились в следующем.

В г.Томске на улице Смирнова, вблизи здания ул. Смирнова, 5б размещена рекламная конструкция (билборд), с рекламой следующего содержания: «Обана! Цены снижены! На мебель Акция действует с 05.04.2013г. по 30.06.2013г. Томск, пр.Мира, 46, 4 этаж, т.: 8 (3822) 72-58-72 Громада Мебельный салон».

Данный факт зафиксирован в акте осмотра наружной рекламы от 18.04.2013г., составленном должностными лицами Томского УФАС России с участием двух незаинтересованных лиц.

Учитывая изложенное, определением от 14.05.2013 в отношении индивидуального

предпринимателя У. возбуждено производство по настоящему делу по признакам нарушения ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Определением от 22.05.2013г. рассматриваемая реклама акции «Обана! Цены снижены!...» вынесена на обсуждение Экспертного Совета по рекламе, действующего при Томском УФАС России.

Большинством голосов члены Экспертного совета по рекламе, действующего при Томском УФАС России, на заседании 30 мая 2013г. признали, что используемое в рекламе акции мебельного салона «Громада» слово является бранным.

В письменных пояснениях по делу №06-11/35-13 ИП У. сообщил, что рассматриваемая реклама распространялась на рекламной конструкции по адресу ул.Смирнова, 5. На основании договора от 28.01.2013г. указанная рекламная конструкция передана в аренду ООО «Северная Корона».

Определением от 06.06.2013г. к участию в деле в качестве заинтересованного лица привлечено общество с ограниченной ответственностью «Северная корона».

Определением от 24.06.2013г. произведена замена лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе с ИП У. на ООО «Северная Корона» (). ИП У. признан заинтересованным лицом.

На заседаниях Комиссии по рассмотрению данного дела ИП У. подтвердил доводы, изложенные в письменных пояснениях, дополнительно сообщил, что является арендодателем рекламного щита, на котором распространялась рассматриваемая реклама. Макет рекламы предварительно был прислан по электронной почте, а затем готовые плакаты также были предоставлены обществом с ограниченной ответственностью «Северная Корона», которые были смонтированы сотрудниками ИП У. на сданной в аренду рекламной конструкции.

В письменных пояснениях по делу №06-11/35-13 ООО «Северная Корона» указало, что используемое в рекламе выражение «Обана! Цены снижены! На мебель!» является информацией о проведении акции. Буква «О» является отдельным юмористическим персонажем, который привлекает к себе внимание и выражает удивление: «ООО! Цены снижены!». Кроме того, данное выражение не является грубым, оскорбительным, бранным, бросающим вызов общественной морали. В словарях слово «Обана» называют арго, язык какой-либо социально замкнутой группы лиц, характеризующийся специфичностью используемой лексики, своеобразием её употребления, но не имеющий собственной фонетической и грамматической системы. Не следует путать жаргон и арго. Жаргон обычно имеет профессиональную прикреплённость, арго же может употребляться вне зависимости от профессии. Также, словарь русского арго (автор В.С.Елистратов, 2002) определяет «обана» как междометие, сопровождающее какое либо действие. В свою очередь междометия - неизменяемые слова и словосочетания, служащие для выражения эмоций(радость, удивление, и т.д.), ощущений, душевных состояний и других реакций, не называя их. Данное междометие используется в рекламе для выражения удивления у любого лица, узнавшего о неожиданно сниженных ценах на мебель, именно такую смысловую нагрузку несет используемое в рекламе слово.

На заседаниях Комиссии по рассмотрению данного дела представитель ООО

«Северная Корона» К. подтвердила доводы, изложенные в письменных пояснениях, дополнительно сообщила, что на основании договора аренды Общество распространяло рассматриваемую рекламу в г.Томске по адресу ул.Смирнова, 5а. В настоящий момент реклама в таком виде не распространяется. Коммерческое обозначение «Громада» в городе Томске использует исключительно ООО «Северная Корона». В других регионах Общество аналогичную рекламу не распространяло. ООО «Северная Корона» считает, что в рекламе отсутствуют нарушения действующего законодательства РФ о рекламе.

Рассмотрев материалы дела и заслушав доводы участвующих в деле лиц, приняв во внимание мнения членов Экспертного Совета по рекламе при Томском УФАС России, Комиссия отклоняет доводы ООО «Северная Корона» об отсутствии в рассматриваемой рекламе нарушения законодательства РФ о рекламе и приходит к следующим выводам.

Согласно статье 1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» одной из основных целей настоящего федерального закона является реализация прав потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (ст. 3) 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.

Согласно части 6 статьи 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.

В ходе рассмотрения дела установлено, что рассматриваемая информация размещена на рекламной конструкции по адресу в г.Томске на улице Смирнова, 5.

Рассматриваемая информация, распространяемая в г.Томске на улице Смирнова, вблизи здания ул. Смирнова, 5 следующего содержания: «Обана! Цены снижены! На мебель Акция действует с 05.04.2013г. по 30.06.2013г. Томск, пр.Мира, 4б, 4 этаж, т.: 8 (3822) 72-58-72 Громада Мебельный салон», адресована неопределенному кругу лиц, по своему содержанию направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к мебельному салону «Громада», акции, проводимой в мебельном салоне, то есть содержит все признаки рекламы, закрепленные в пункте 1 статьи 3 Закона № 38-ФЗ, следовательно, является рекламой.

Согласно разъяснениям ФАС России №АК/41964 от 29.11.2010, часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе следующие виды информации: 1) бранные слова; 2) непристойные образы, сравнения, выражения; 3) оскорбительные образы, сравнения, выражения.

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 модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

К оскорбительным образам, сравнениям, выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, понижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Отнесение используемых в рекламе изображений, слов и иных образов к бранным, оскорбительным и непристойным носит субъективно-оценочный характер.

Учитывая изложенное, на стадии рассмотрения данного дела, в целях его полного и всестороннего рассмотрения, реклама была вынесена на обсуждение и оценку Экспертного Совета по рекламе, действующего при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Томской области.

На разрешение Экспертному совету по рекламе при Томском УФАС России был поставлен следующий вопрос:

1) Используется ли в рекламе акции мебельного салона «Громада»: «Обана! Цены снижены!...» бранное слово?

Большинством голосов членов Экспертного совета по рекламе, действующего при Томском УФАС России, на заседании 30 мая 2012г. указанная реклама оценена как содержащая бранное слово (по результатам голосования на поставленный вопрос ответили «да» - 12 чел., ответили «нет» - 1 чел.).

Кроме того, в материалы дела поступила лингвистическая оценка текста рекламы мебельного салона (вх.3245), проведенная специалистом кафедры русского языка филологического факультете Томского государственного университета, согласно которой, при оценке текста рекламы с точки зрения русского языка, учитывается, что в слове «Обана» использован графический символ, которого не существует в алфавите русского языка, в данном символе объединены элементы двух русских букв «о» и «ё», на букву «о» указывает основанная часть графического символа, на букву «ё» точки сверху. Поскольку две точки над графическим символом в русском алфавите имеет только одна буква, а написание в целом символов «ö» и «ё» схожи, именно с буквой «ё» в восприятии читателя может связываться символ, использованный в тексте рекламы. При оценке текста рекламы с точки зрения использования в нем средств иностранных языков, указывается, что буква «ö» (о-умлаут) применяется в ряде языков (немецком, финском, эстонском, удмуртском, алтайском, и т.д.). Данная буква в различных языках в общем виде произносится как звук, близкий к звуку, обозначаемому русским «ё». На основании изложенного сделан вывод, что слово «Обана» в тексте рекламы акции мебельного салона

потенциально может быть воспринято читателем как бранное слово.

Также, в ходе рассмотрения дела к материалам приобщена областная еженедельная газета «Томские Новости» №17 (680) 02.05.2013г., на странице 7 указанного печатного средства массовой информации, в рубрике «Гайд-парк Говорим о том, что думает» размещена статья из содержания которой следует, что, действительно, потребителями рекламы, используемое в содержании рекламы слово «Обана» воспринимается как матерное, бранное слово.

При таких обстоятельствах, Комиссия Томского УФАС России приходит к выводу, что используемое в рекламе слово «Обана» воспринимается потребителями рекламы как бранное слово (обсценнизм).

В рассматриваемом случае Общество использовало прием ассоциативной связи, то есть применило бранное слово в конструкции лексического значения. Поскольку, используемый в начале слова символ не существует в алфавите русского языка и графическое исполнение данного символа, в том числе, с использованием двух точек, схоже с написанием исключительно одной буквы русского алфавита – буквы «ё».

Кроме того, в случае восприятия используемого в начале слова «Обана» символа в качестве буквы иностранного алфавита «ö» (о-умлаут) произношение, транскрипция данной буквы сходны со звуком русской буквы «ё».

Таким образом, слово «Обана» на русском языке воспринимается как бранное слово. Других значений данного слова в ходе рассмотрения дела не установлено. В Толковом словаре русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой (4-е издание, дополненное, Москва, 2001), в Большом толковом словаре русского языка под ред. С.А. Кузнецова. (СПб, 1998) - указанное слово отсутствует.

Кроме того, в соответствии с частью 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

В соответствии с Конституцией Российской Федерации государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык (ч. 1 ст. 1 Федерального закона от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации»).

Согласно части 6 статьи 1 Федерального закона от 01.06.2005 №53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» при использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации не допускается использования слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка, за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

В соответствии с пунктом 10 части 1 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

При использовании русского языка в качестве государственного следует

руководствоваться нормами современного русского литературного языка, правилами русской орфографии и пунктуации, порядок утверждения которых, согласно ч. 3 ст. 1 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» определяется Правительством РФ.

Во исполнение данной нормы издано постановление Правительства РФ от 23.11.2006 №714 «О порядке утверждения норм современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации, правил русской орфографии и пунктуации». Данным документом в частности предусмотрено, что под нормами современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка РФ понимается совокупность языковых средств и правил их употребления в сферах использования русского языка как государственного языка РФ.

Указанная реклама содержит слово «Обана», заглавная буква которого «О» отсутствует в русском алфавите, указанное слово не соответствует действующим «Правилам русской орфографии и пунктуации» (утв. АН СССР, Минвузом СССР, Минпросом РСФСР 1956), а также отсутствует как слово русского языка в содержании грамматик, словарей и справочников, входящих в «Список грамматик, словарей и справочников, содержащих нормы современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации» (утвержден Приказом Минобрнауки РФ от 08.06.2009 №195).

С учетом вышеизложенного, Комиссия приходит к выводу, что рекламный текст, размещенный Обществом наружным способом, содержит бранное слово. Кроме того, содержащееся в рассматриваемой рекламе слово не соответствует требованиям законодательства РФ о государственном языке, в связи с чем, рассматриваемая реклама нарушает части 6, 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

В соответствии с ч.4 ст.38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является общество с ограниченной ответственностью «Северная Корона» (ОГРН 1127017004080, ИНН 7017299159), что подтверждается договором аренды от 28.01.2013г. с приложениями от 23.01.2013, 28.01.2013, платежным поручением №202 от 13.06.2013, договором №494 об оказании услуг, договором безвозмездного пользования от 27.01.2012, распечаткой электронной переписки, письменными пояснениями от 04.06.2013 ИП Удалова С.В., письменными пояснениями ООО «Северная Корона», устными пояснениями ИП Удалова С.В., устными пояснениями представителя ООО «Северная Корона» (протоколы заседания Комиссии).

Комиссия Томского УФАС России, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», п.37- п.42 Правил

рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу мебельного салона «Громада», распространяемую в г.Томске на улице Смирнова, вблизи здания по ул. Смирнова, 5 следующего содержания: «Обана! Цены снижены! На мебель Акция действует с 05.04.2013г. по 30.06.2013г. Томск, пр.Мира, 46, 4 этаж, т.: 8 (3822) 72-58-72 Громада Мебельный салон», поскольку в ней нарушены требования частей 6, 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Не выдавать обществу с ограниченной ответственностью «Северная Корона» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Томского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

В.И. Шев..

Члены Комиссии

Н.В. Баз...

Е.В. Чук..

М.Н. Петр...

