

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 067/05/5-184/2019

«26» сентября 2019 года г. Смоленск

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

заместитель

<...>;

председателя Комиссии:

<...>;

члены Комиссии:

<...>;

рассмотрев дело № 067/05/5-184/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения в оконном проёме аптеки «<...>» рекламы, в тексте которой отсутствует существенная информация о рекламируемом товаре и содержатся слова и выражения на иностранном языке без идентичного перевода на русский язык,

в присутствии представителей лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Т» (адрес регистрации: <...>; ОГРН <...>, ИНН <...>; дата регистрации: <...>) П. (доверенность № 1 от 26.09.2019) и В. (доверенность № 2 от 26.09.2019);

представитель заявителя Ч. (г. Смоленск) на рассмотрение дела не явился, извещен о месте и времени рассмотрения дела надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В Смоленское УФАС России 11.07.2019 поступило обращение Ч., в котором сообщается, что в оконном проеме аптеки «<...>» по адресу: <...>, распространяется непристойная реклама.

К обращению Ч. прилагались фотографии с информацией следующего содержания:

*«Изображение женского образа в солнцезащитных очках и раздувающего изо рта пузырь из жвачки.*

*Информация на иностранном языке: #BEANARTIST.*

*etnia O. BARCELONA. -Eyewear Culture-».*

Заявитель считает, что пузырь, изображённый в рекламе, раздувается как бы прямо в лицо прохожим, что является оскорблением человека, выражением к нему презрения. Такое изображение в окне аптеки, выходящим на центральную улицу города, по мнению заявителя, выражает презрительное и оскорбительное отношение по отношению к жителям и гостям города.

Заявитель считает, что в данной рекламе содержится зрительная информация

(изображение мужского образа в непристойном виде), нарушающая принятые в обществе нормы морали и нравственности, является общедоступной и существенно затрагивает личные неимущественные права неопределённого круга лиц, что указывает на признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе») и просит принять меры по запрету данной рекламы и наказать виновных лиц в соответствии с действующим законодательством.

Согласно статье 4 Закона «О рекламе» отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, регулируются данным законом, а также иными федеральными законами, нормативными правовыми актами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации, принятыми в соответствии с названным законом.

Согласно статье 3 Закон «О рекламе»: «Реклама - информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Объект рекламирования - товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, на привлечение внимания к которым направлена реклама. Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот».

Под неопределённым кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации как предназначенность для неопределённого круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Таким образом, указанная выше информация является рекламой, так как предназначена для неопределённого круга лиц и круг лиц не мог быть заранее определен в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования, направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к аптеке «<...>» и реализуемым в ней товарам и тем самым способствует их продвижению на рынке.

Согласно требованиям 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 Смоленском УФАС России 05.08.2019 состоялось заседание Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Смоленском УФАС России, на котором обсуждались вопросы: 1. Размещение рекламы в оконном проёме аптеки

«<...>» с изображением мужского образа, раздувающего пузырь из жвачки, может ли считаться его раздуванием в лицо прохожим (были представлены фотографии указанной рекламы); 2. Является ли размещённая реклама с изображением мужского образа, раздувающего пузырь из жвачки непристойной, а так же оскорбительной и презрительной по отношению к жителям и гостям города Смоленска. Экспертный совет большинством голосов признал, что размещаемую в оконном проеме аптеки «<...>» по адресу: <...>, рекламу с изображением мужского образа, раздувающего пузырь из жвачки, нельзя считать его раздуванием в лицо прохожих, реклама не является непристойной, оскорбительной и презрительной по отношению к жителям и гостям города Смоленска.

Таким образом, в распространяемой рекламе признаков нарушения части 6 статьи 5 Закона «О рекламе» не усматривается.

В ходе рассмотрения заявления Смоленским УФАС России было установлено, что в указанной рекламе рекламируется продукция испанской компании «Этния Барселона» (Etnia Barcelona) - солнцезащитные очки.

В тексте указанной рекламы содержится информация на иностранных языках: «#BEANARTIST (английский язык), etnia O. BARCELONA (испанский язык) -Eyewear Culture- (английский язык)», но отсутствует её идентичный перевод на русский язык.

Знание иностранного языка не является обязательным для российских граждан. Потребителями рекламы являются представители самых разных слоев нашего общества, социального положения, образования и возраста. Для многих из них обучение иностранному языку начинается и заканчивается на ступени обязательного общего образования в общеобразовательном учреждении. При этом известно, что иностранный язык быстро забывается, если им не пользоваться. Соответственно, степень владения российскими гражданами иностранным языком может варьироваться от самой низкой до виртуозной, поэтому использованные в рекламе выражения на иностранном языке потребитель рекламы может не уяснить, что может привести к искажению смысла рекламной информации.

Конституция Российской Федерации закрепляет за русским языком статус государственного языка Российской Федерации (статья 65 Конституции Российской Федерации). Данный статус предполагает повсеместное использование русского языка. Русским языком свободно владеет подавляющее большинство граждан Российской Федерации. Он представляет собой важную коммуникационную основу целостности и единства России, выполняет интеграционную функцию в политической, социальной и культурной сферах, выступает в качестве символа государства.

Согласно пункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона № 53-ФЗ от 01.06.2005 «О государственном языке в Российской Федерации», государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному использованию в рекламе.

В части 2 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке в Российской Федерации» указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном языке. В силу данной нормы, в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык. При этом перевод должен в полной мере отражать

смысловое содержание текста на иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

Согласно части 3 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке в Российской Федерации», положения части 2 настоящей статьи не распространяются на фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания, а также теле- и радиопрограммы, аудио- и аудиовизуальные материалы, печатные издания, предназначенные для обучения государственным языкам республик, находящихся в составе Российской Федерации, другим языкам народов Российской Федерации или иностранным языкам.

Информация на иностранном языке, используемая в данной рекламе: «etnia O. BARCELONA» - является зарегистрированным товарным знаком (номер регистрации 620124), правообладателем которого является испанская компания «Этния Барселона» (Etnia Barcelona), таким образом, требования части 2 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке в Российской Федерации», на неё не распространяются.

В соответствии с частью 11 статьи 5 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.

Информация на иностранном языке, используемая в данной рекламе, в переводе на русский язык означает:

- «#BEANARTIST» – «Быть художником», является хэштегом (это своего рода ключевые слова, по которым можно найти все посты в социальных сетях на определенную тему) и написание его на иностранном языке не обязательна;

- «-Eyewear Culture-» - «Модные очки», «Культура глаза», «Очки культуры».

Согласно пункту 1 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе»: «В рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации».

В связи с тем, что в рекламе отсутствует перевод иностранных слов и выражений на русский язык, потребитель не может в полном объеме уяснить смысл данной информации.

Распространение рекламы, вводящей потребителей в заблуждение относительно рекламируемого товара, способно привести к неправильному выбору потребителей товара. Кроме того, учитывая способ исполнения вышеуказанной рекламы, у потребителя складывается искаженное представление о рекламируемом товаре.

Таким образом, использование в указанной рекламе слов и выражений на иностранном языке: «#BEANARTIST» и «-Eyewear Culture-», без перевода на русский язык, нарушает требования пункта 10 части 1 статьи 3 и части 2 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке в Российской Федерации», что является нарушением требований пункта 1 части 5 статьи 5 и части 11 статьи 5 Закона «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 5 Закона «О рекламе»: «Не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы».

Из содержания распространяемой рекламы не понятен объект рекламирования. Отсутствие в указанной рекламе существенной информацией, а именно: перевода иностранных слов и выражений на русский язык и информации о рекламируемом товаре, искажает смысл информации и тем самым вводит в заблуждение потребителей рекламы, что является нарушением требований части 7 статьи 5 Закона «О рекламе».

Учитывая вышеизложенное, в размещаемой в оконном проёме аптеки «<...>» по адресу: <...>, рекламе содержатся нарушения требований пункта 1 части 5, части 7 и части 11 статьи 5 Закона «О рекламе».

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

Ответственность за нарушение требований, установленных частями 2 - 8 статьи 5 Закона «О рекламе», согласно части 6 статьи 38 Закона «О рекламе», несет рекламодатель. Согласно статье 3 Закона «О рекламе»: «рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо».

Деятельность в аптеке «<...>» по адресу: <...>, в которой реализуется продукция испанской компании «Этния Барселона» (Etnia Barcelona), осуществляет ООО «Т» (ОГРН <...>, ИНН <...>), которое является рекламодателем указанной выше рекламы.

На рассмотрение дела представители ООО «Т» П. и В., пояснили следующее. Указанная реклама предназначена для потребителей г. Смоленска с целью информирования о продукции компании «Etnia Barcelona» (Этния Барселона), макет предоставлен компанией. На макете изображена милая, красивая девушка модельной внешности в чистой одежде, с мытой головой и причёской, без татуировок, пирсинга, без прочих неприятных взгляду обывателя вещей, тем более без вещей оскорбляющих взгляд. Хэштег («#BEANARTIST) на рекламном плакате указан специально для людей и потребителей очков с целью информирования о продукте, чтобы перейдя по ссылке, пользователи могли ознакомиться с философией бренда. Хэштег - #BEANARTIST надпись, которая не пишется по другому. Принимая во внимание наличие официального договора сотрудничества с компанией ООО «<...>», которая предоставила рекламные материалы, ООО «Т» не учло требования пункта 1 части 5 статьи Закона «О рекламе». П. и В. согласились, что в рекламе информации о рекламируемом товаре недостаточно. Общество обязуется устранить допущенные нарушения и внести в текст дополнительную информацию о рекламируемом товаре. В настоящее время реклама продолжает распространяться.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 размещаемую в оконном проёме аптеки «<...>» по адресу: <...>, рекламу, в тексте которой используется информация о рекламируемом товаре на иностранном языке без идентичного перевода на русский язык и отсутствует существенная информация о товаре, что тем самым вводит потребителей рекламы в заблуждение, поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 5, части 7 и части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Т» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме «3» октября 2019 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Заместитель

председателя Комиссии: \_\_\_\_\_ <...>

Члены Комиссии: \_\_\_\_\_ <...>

\_\_\_\_\_ <...>