

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №3-5-17/78-01-19

«23» мая 2019 г.

Санкт-Петербург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

заместитель председателя:

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

заместитель председателя:

<...> – временно исполняющий обязанности заместителя
руководителя управления,

члены:

<...> – заместитель начальника отдела антимонопольного контроля
хозяйствующих субъектов и рекламы управления,

<...> – заместитель начальника отдела контроля закупок отдельными
видами юридических лиц управления,

рассмотрев дело №3-5-17/78-01-19 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «Успех» в декабре 2018 года — январе 2019 года рекламы «... Ёбидоёби* sushi & Rolls ...», которая содержит признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии на заседании:

от ООО «Успех» — Козлова <...> (генеральный директор),

заявители не явились, уведомлены надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

в Санкт-Петербургское УФАС России поступили заявления (вх.№631-ЭП/19 от 10.01.2019, вх.№2559-ЭП/19 от 29.01.2019) физических лиц, относительно рекламы «... Ёбидоёби* sushi & Rolls ...» (далее также — реклама «... Ё...* sushi & Rolls...») суши-бара «Ёбидоёби», расположенного по адресу: 197374, Санкт-Петербург, Приморский пр., д.137, корп. 1.

Как следует из заявлений (вх.№631-ЭП/19 от 10.01.2019, вх.№2559-ЭП/19 от 29.01.2019), реклама «... Ё...* sushi & Rolls ...» распространялась посредством выносного штендера, нанесённого оконные проём многоквартирного дома полотна, а также листовок. Заявители сообщили, что данная реклама размещалась в непосредственной близости от дома №137 (корпус 1) по Приморскому проспекту в Санкт-Петербурге. Заявители посчитали данную рекламу оскорбительной.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» реклама - информация, распространенная 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.

Таким образом, квалифицирующими признаками рекламы являются:

- информативный характер;
- направленность от субъекта рекламного сообщения к адресату, то есть неопределённому кругу лиц;
- цель рекламного сообщения – привлечение внимания к объекту рекламирования с целью его продвижения на рынке.

С учётом изложенного, на представленных (вх.№631-ЭП/19 от 10.01.2019, вх.№2559-ЭП/19 от 29.01.2019) изображениях запечатлена реклама «... Ё...* sushi & Rolls ...», в которой имеются все квалифицирующие признаки рекламы.

В 2017 году при непосредственном и активном участии ФАС России начался процесс формирования в России системы саморегулирования маркетинговой индустрии, соответствующей международным стандартам. В 2017 году была разработана концепция саморегулирования, подписан Меморандум маркетинговой индустрией, ФАС России, Европейским альянсом по рекламным стандартам и Правительством

Санкт-Петербурга о дорожной карте и определении пилотного субъекта по развитию процесса, которым стал Санкт-Петербург.

В 2018 году начал свою работу первый в России орган рекламного саморегулирования Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», в состав которого вошли объединения рекламодателей, рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламодателей. В апреле 2019 года Ассоциация стала членом-наблюдателем Европейского альянса по рекламным стандартам. Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (АМИ «Рекламный совет») 15.02.2019 включена в реестр саморегулируемых организаций.

Рекламные саморегулируемые организации во всем мире являются площадками для рассмотрения споров о рекламе. Наиболее существенным преимуществом таких площадок является профессиональное рассмотрение споров членами индустрии в кратчайшие сроки и, как следствие, быстрое и эффективное пресечение рекламы, в которой усматриваются признаки нарушения установленных требований, без наложения штрафов.

ФАС России и АМИ «Рекламный совет» 14 ноября 2018 года заключили Соглашение о взаимодействии, предметом которого определена организация взаимодействия, в том числе по обмену информацией, по вопросам соблюдения коммерческими и некоммерческими организациями законодательства о рекламе, контроль за соблюдением которого осуществляют антимонопольные органы.

Санкт-Петербургское УФАС России письмом от 8 февраля 2019 года №78/4336/19 направило заявления (вх.№631-ЭП/19 от 10.01.2019, вх.№2559-ЭП/19 от 29.01.2019) в орган саморегулирования в сфере рекламы, к компетенции которого отнесена экспертиза рекламных продуктов на предмет их соответствия требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе и обычаям делового оборота, установленным Международным кодексом рекламной практики от 02.12.1986 г., к которому присоединилась и Российская Федерация.

Согласно ответу (вх.№4882-ЭП/19 от 19.02.2019) Ассоциации «Рекламный совет» (АМИ «РС») на письмо от 8 февраля 2019 года №78/4336/19 в период с 11-15 февраля 2019 года проведен письменный опрос членов правления АМИ «РС» от Санкт-Петербурга по отношению к рассматриваемому названию суши-бара. В результате опроса шестеро из семи опрошенных членов правления высказало обоснованное отрицательное отношение к данному названию «... Ё... * sushi & Rolls ...» .

Согласно части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «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.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, по мнению специалистов ФАС России (письмо ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/13), 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.

Ненормативная лексика (нецензурные выражения, непечатная брань), иначе- обценная лексика — сегмент бранной лексики различных языков, включающий грубейшие бранные выражения, часто выражающие спонтанную речевую реакцию на неожиданную (обычно неприятную) ситуацию. Выделяются понятия ненормативной лексики и табуированной (обценной) лексики. Одной из разнеовидностей обценной лексики в русском языке является русский мат (наиболее грубая разновидность ненормативной лексики).

В силу пункта части 6 статьи 1 Федерального закон от 01.06.2005 N 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 (в том числе нецензурной брани), за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке. В соответствии с пунктом 10 части 1 статьи 3 Федерального закон от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

В рекламе «... Ё...* sushi & Rolls ...» содержится обозначение, в котором буква «ё» и буква «б» следуют друг за другом. Последовательность данных букв образует корень многочисленных бранных слов.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 данного Федерального закона.

В силу пункта 5 статьи Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Как следует из имеющихся в Санкт-Петербургском УФАС России доказательств, ООО «Успех» (ОГРН 1187847231549, ИНН 7842159524, КПП 784201001, зарегистрировано в качестве юридического лица 20.08.2018, почтовый адрес: 191024, Санкт-Петербург, ул. Радищева, д. 44, лит. А, пом. 9-Н/К5) является рекламодателем рекламы «... Ё...* sushi & Rolls ...». ООО «Успех» данный факт не отрицает.

Определением от 28 февраля 2019 года №78/6763/19 Санкт-Петербургское УФАС России возбудило в отношении ООО «Успех» производство по делу №3-5-17/78-01-19 по факту размещения данным обществом рекламы рекламы «... Ё...* sushi & Rolls ...».

В своих объяснениях (вх.№15302/10 от 21.05.2019) ООО «Успех» сообщило, что в связи со своей неопытностью не учло возможных негативных последствий, связанных с использованием рассматриваемого обозначения. ООО «Успех» принесло свои свои извинения, в т.ч. жителям дома по адресу: Санкт-Петербург, Приморский пр., д.137, корп. 1.. Как подчеркнуло Общество, оно сожалеет, что обозначение «... Ё...* sushi & Rolls ...» читали дети. Генеральный директор ООО «Успех» сообщила на заседании комиссии, что данное общество в связи с аморальностью обозначения «ёбидоёби» прекратило деятельность под данным обозначением.

Заявленная в рекламе «... Ё...* sushi & Rolls ...» пометка, о том что обозначение «ёбидоёби» в переводе с японского языка означает «день недели суббота», выполнена мелким кеглем, который недоступен для восприятия большинством потребителей рекламы. При этом продажа и доставка суши сама по себе не ассоциируется с каким-либо днём недели.

Потребителями рекламы «... Ё...* sushi & Rolls ...» в рассматриваемом случае является неограниченный круг лиц.

Комиссия учла тот факт, что рассматриваемая реклама ООО «Успех» «... Ё...* sushi & Rolls ...» вызвала широкое общественное осуждение использования обозначения «ёбидоёби». В средствах массовой информации опубликованы соответствующие новостные материалы.

Комиссия ознакомилась с представленной ООО «Успех» (вх.№15302/19 от 21.05.2019) копией решения Советского районного суда г. Красноярска от 10 января 2019 года по делу №2-218/2019, апелляционного определения Красноярского краевого суда от 3 апреля 2019 года по делу №33-4892/219, заключения эксперта от 12 ноября 2018 года №1640(18), которыми суд г. Красноярска отказал в удовлетворении искового заявления к индивидуальному предпринимателю Прадед А.В. о возложении обязанности изменить коммерческое наименование «Ёбидоёби». Красноярский краевой суд от 3 апреля 2019 года по делу №33-4892/219 своим апелляционным определением оставил решение суда первой инстанции без удовлетворения.

Обстоятельства, установленные при рассмотрении судом одного дела, не имеют преюдициального характера для стороны в другом деле как лица, не участвовавшего в ранее разрешенном споре. Данная позиция сформулирована в определениях Верховного Суда Российской Федерации от 15 октября 2014 года по делу №А53-16593/2013 и от 15 декабря 2014 года по делу №А07-12937/2012.

Комиссия отмечает, что в настоящем деле рассматриваются материалы по признакам нарушения законодательства о рекламе со стороны ООО «Успех», а решения Красноярских судов вынесены по иному предмету и основаниям спора.

ООО «Успех» представило доказательства (вх.№15302/10 от 21.05.2019) того, что сняло с размещения рекламу «... Ё* sushi & Rolls ...». В этой связи нет оснований для выдачи ООО «Успех» предписания.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «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 рекламу «... Ёбидоёби* sushi&Rolls <...> ...», поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».
2. Признать в действиях рекламодателя ООО «Успех» (ОГРН 1187847231549, ИНН 7842159524) нарушение части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе», выразившееся в определении объекта рекламирования и содержания рекламы «... Ёбидоёби* sushi&Rolls <...> ...», поскольку данная реклама содержит непристойные выражения (образы).
3. Не выдавать рекламодателю ООО «Успех» (ОГРН 1187847231549, ИНН 7842159524) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе в связи с прекращением размещения рекламы.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Санкт-Петербургского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «6» июня 2019 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного

процессуального кодекса Российской Федерации.

Заместитель председателя <...>

Члены <...>

<...>

рассмотрев дело №3-5-17/78-01-19 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ООО «Успех» в декабре 2018 года — январе 2019 года рекламы «... Ёбидоёби* sushi & Rolls ...», которая содержит признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии на заседании:

от ООО «Успех» — Козлова <...> (генеральный директор),

заявители не явились, уведомлены надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

в Санкт-Петербургское УФАС России поступили заявления (вх.№631-ЭП/19 от 10.01.2019, вх.№2559-ЭП/19 от 29.01.2019) физических лиц, относительно рекламы «... Ёбидоёби* sushi & Rolls ...» (далее также — реклама «... Ё...* sushi & Rolls ...») суши-бара «Ёбидоёби», расположенного по адресу: 197374, Санкт-Петербург, Приморский пр., д.137, корп. 1.

Как следует из заявлений (вх.№631-ЭП/19 от 10.01.2019, вх.№2559-ЭП/19 от 29.01.2019), реклама «... Ё...* sushi & Rolls ...» распространялась посредством выносного штендера, нанесённого оконные проём многоквартирного дома полотна, а также листовок. Заявители сообщили, что данная реклама размещалась в непосредственной близости от дома №137 (корпус 1) по Приморскому проспекту в Санкт-Петербурге. Заявители считали данную рекламу оскорбительной.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» реклама - информация, распространенная 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.

Таким образом, квалифицирующими признаками рекламы являются:

- информативный характер;
- направленность от субъекта рекламного сообщения к адресату, то есть неопределённому кругу лиц;
- цель рекламного сообщения – привлечение внимания к объекту рекламирования с целью его продвижения на рынке.

С учётом изложенного, на представленных (вх.№631-ЭП/19 от 10.01.2019, вх.№2559-ЭП/19 от 29.01.2019) изображениях запечатлена реклама «... Ё...* sushi & Rolls ...», в которой имеются все квалифицирующие признаки рекламы.

В 2017 году при непосредственном и активном участии ФАС России начался процесс формирования в России системы саморегулирования маркетинговой индустрии, соответствующей международным стандартам. В 2017 году была разработана концепция саморегулирования, подписан Меморандум маркетинговой индустрией, ФАС России, Европейским альянсом по рекламным стандартам и Правительством Санкт-Петербурга о дорожной карте и определении пилотного субъекта по развитию процесса, которым стал Санкт-Петербург.

В 2018 году начал свою работу первый в России орган рекламного саморегулирования Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет», в состав которого вошли объединения рекламодателей, рекламопроизводителей и рекламодателей. В апреле 2019 года Ассоциация стала членом-наблюдателем Европейского альянса по рекламным стандартам. Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (АМИ «Рекламный совет») 15.02.2019 включена в реестр саморегулируемых организаций.

Рекламные саморегулируемые организации во всем мире являются площадками для рассмотрения споров о рекламе. Наиболее существенным преимуществом таких площадок является профессиональное рассмотрение споров членами индустрии в кратчайшие сроки и, как следствие, быстрое и эффективное пресечение рекламы, в которой усматриваются признаки нарушения установленных требований, без наложения штрафов.

ФАС России и АМИ «Рекламный совет» 14 ноября 2018 года заключили Соглашение о взаимодействии, предметом которого определена организация взаимодействия, в том числе по обмену информацией, по вопросам соблюдения коммерческими и некоммерческими организациями законодательства о рекламе, контроль за соблюдением которого осуществляют антимонопольные органы.

Санкт-Петербургское УФАС России письмом от 8 февраля 2019 года №78/4336/19 направило заявления (вх. №631-ЭП/19 от 10.01.2019, вх.№2559-ЭП/19 от 29.01.2019) в орган саморегулирования в сфере рекламы, к компетенции которого отнесена экспертиза рекламных продуктов на предмет их соответствия требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе и обычаям делового оборота, установленным Международным кодексом рекламной практики от 02.12.1986 г., к которому присоединилась и Российская Федерация.

Согласно ответу (вх.№4882-ЭП/19 от 19.02.2019) Ассоциации «Рекламный совет» (АМИ «РС») на письмо от 8 февраля 2019 года №78/4336/19 в период с 11-15 февраля 2019 года проведён письменный опрос членов правления АМИ «РС» от Санкт-Петербурга по отношению к рассматриваемому названию суши-бара. В результате опроса шестеро из семи опрошенных членов правления высказало обоснованное отрицательное отношение к данному названию «... Ё...* sushi & Rolls ...» .

Согласно части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «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.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, по мнению специалистов ФАС России (письмо ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/13), 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.

Ненормативная лексика (нецензурные выражения, непечатная брань), иначе- обценная лексика — сегмент бранной лексики различных языков, включающий грубейшие бранные выражения, часто выражающие спонтанную речевую реакцию на неожиданную (обычно неприятную) ситуацию. Выделяются понятия ненормативной лексики и табуированной (обценной) лексики. Одной из разнородностей обценной лексики в русском языке является русский мат (наиболее грубая разновидность ненормативной лексики).

В силу пункта части 6 статьи 1 Федерального закон от 01.06.2005 N 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 (в том числе нецензурной брани), за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке. В соответствии с пунктом 10 части 1 статьи 3 Федерального закон от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

В рекламе «... Ё...* sushi & Rolls ...» содержится обозначение, в котором буква «ё» и буква «б» следуют друг за другом. Последовательность данных букв образует корень многочисленных бранных слов.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 данного Федерального закона.

В силу пункта 5 статьи Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Как следует из имеющихся в Санкт-Петербургском УФАС России доказательств, ООО «Успех» (ОГРН 1187847231549, ИНН 7842159524, КПП 784201001, зарегистрировано в качестве юридического лица 20.08.2018, почтовый адрес: 191024, Санкт-Петербург, ул. Радищева, д. 44, лит. А, пом. 9-Н/К5) является рекламодателем рекламы «... Ё...* sushi & Rolls ...». ООО «Успех» данный факт не отрицает.

Определением от 28 февраля 2019 года №78/6763/19 Санкт-Петербургское УФАС России возбудило в отношении ООО «Успех» производство по делу №3-5-17/78-01-19 по факту размещения данным обществом рекламы «... Ё...* sushi & Rolls ...».

В своих объяснениях (вх.№15302/10 от 21.05.2019) ООО «Успех» сообщило, что в связи со своей неопытностью не учло возможных негативных последствий, связанных с использованием рассматриваемого обозначения. ООО «Успех» принесло свои свои извинения, в т.ч. жителям дома по адресу: Санкт-Петербург, Приморский пр., д.137, корп. 1.. Как подчеркнуло Общество, оно сожалеет, что обозначение «... Ё...* sushi & Rolls ...» читали дети. Генеральный директор ООО «Успех» сообщила на заседании комиссии, что данное общество в связи с аморальностью обозначения «ёбидоёби» прекратило деятельность под данным обозначением.

Заявленная в рекламе «... Ё...* sushi & Rolls ...» пометка, о том что обозначение «ёбидоёби» в переводе с японского языка означает «день недели суббота», выполнена мелким кеглем, который недоступен для восприятия большинством потребителей рекламы. При этом продажа и доставка суши сама по себе не ассоциируется с каким-либо днём недели.

Потребителями рекламы «... Ё...* sushi & Rolls ...» в рассматриваемом случае является неограниченный круг лиц.

Комиссия учла тот факт, что рассматриваемая реклама ООО «Успех» «... Ё...* sushi & Rolls ...» вызвала широкое общественное осуждение использования обозначения «ёбидоёби». В средствах массовой информации опубликованы соответствующие новостные материалы.

Комиссия ознакомилась с представленной ООО «Успех» (вх.№15302/19 от 21.05.2019) копией решения Советского районного суда г. Красноярска от 10 января 2019 года по делу №2-218/2019, апелляционного определения Красноярского краевого суда от 3 апреля 2019 года по делу №33-4892/219, заключения эксперта от 12 ноября 2018 года №1640(18), которыми суд г. Красноярска отказал в удовлетворении искового заявления к

индивидуальному предпринимателю Прадед А.В. о возложении обязанности изменить коммерческое наименование «Ёбидоёби». Красноярский краевой суд от 3 апреля 2019 года по делу №33-4892/219 своим апелляционным определением оставил решение суда первой инстанции без удовлетворения.

Обстоятельства, установленные при рассмотрении судом одного дела, не имеют преюдициального характера для стороны в другом деле как лица, не участвовавшего в ранее разрешенном споре. Данная позиция сформулирована в определениях Верховного Суда Российской Федерации от 15 октября 2014 года по делу №А53-16593/2013 и от 15 декабря 2014 года по делу №А07-12937/2012.

Комиссия отмечает, что в настоящем деле рассматриваются материалы по признакам нарушения законодательства о рекламе со стороны ООО «Успех», а решения Красноярских судов вынесены по иному предмету и основаниям спора.

ООО «Успех» представило доказательства (вх.№15302/10 от 21.05.2019) того, что сняло с размещения рекламу «... Ё* sushi & Rolls ...». В этой связи нет оснований для выдачи ООО «Успех» предписания.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «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 рекламу «... Ёбидоёби* sushi&Rolls <...> ёбидоёби.рф...», поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать в действиях рекламодателя ООО «Успех» (ОГРН 1187847231549, ИНН 7842159524) нарушение части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе», выразившееся в определении объекта рекламирования и содержания рекламы «... Ёбидоёби* sushi&Rolls <...> ёбидоёби.рф...», поскольку данная реклама содержит непристойные выражения (образы).

3. Не выдавать рекламодателю ООО «Успех» (ОГРН 1187847231549, ИНН 7842159524) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе в связи с прекращением размещения рекламы.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Санкт-Петербургского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренных частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «6» июня 2019 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Заместитель председателя

<...>

Члены

<...>

<...>