

Управление по административно-техническому надзору 300034, город Тула, ул. Гоголевская, 73
uatn@cityadm.tula.ru

ИП 3.

РЕШЕНИЕ

6 февраля 2024 года г. Тула

Резолютивная часть решения оглашена « 6 » февраля 2024 года

В полном объеме решение изготовлено «19» февраля 2024 года

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

рассмотрев дело № 071/05/5-1249/2023 по признакам нарушения ИП 3. части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), в отсутствие представителей ИП 3., Управления по административно-техническому надзору по Тульской области,

УСТАНОВИЛА:

В Тульское УФАС поступило обращение от Управления по административно-техническому надзору по Тульской области (вх. № 8871-ЭП/23 от 17.11.23) с жалобой по факту распространения на территории города по адресу: г. Тула, ул. Пузакова информации на рекламном баннере следующего содержания: «Разминай щёки К тебе едет Чпо Ки "Ё" (логотип) ёбидаёби.рф набор Чпо Ки 1620р 1,66кг.».

Согласно пункту 1 статьи 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 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. Пункт 3 статьи 3 Закона о рекламе гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с частью 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.

Согласно словарно-справочной литературе, ненормативная лексика (нецензурные выражения, непечатная брань) - 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 (обеденной) лексики. Одной из разновидностей обеденной лексики в русском языке является русский мат (наиболее грубая разновидность ненормативной лексики).

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также 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. Русский мат - бранные слова и выражения, употребление которых не допускается общественной моралью, предназначенные преимущественно для оскорбления адресата или отрицательных оценок людей и явлений.

Матерными считаются высказывания состав которых входят слова, образованные от матерных корней (список таких корней определяется по опросам носителей языка и традиционно содержит от четырех до семи общеизвестных корней). Слова, образованные от данных четырех слов, начинающихся на "х", "п", "е", "б", также считаются нецензурными.

Национальным исследовательским университетом «Высшая школа экономики», Институтом конкурентной политики и регулирования рынков был проведен семантический анализ слова «Ёбидоёби» с целью отнесения (не отнесения) последнего к бранным словам.

При анализе рекламы по доставке суши и роллов «Ёбидоёби» экспертами настоящего заключения установлено, что указанное обозначение передает русскими буквами японский текст (фразу на японском языке) «День недели – суббота». "Ёбидоёби", хотя полностью не соответствует русскому сквернословью и не воспроизводит целиком мат, является сложным образованным от матного слова (еб.../еб...), в котором дважды повторяется один из четырех самых распространенных матерных корней (еб/еб).

Следовательно, выражение "Ёбидоёби" может восприниматься как завуалированная форма нецензурного, непристойного слова, употребляемого в ненормативной лексике и образовано от матерного корня и общеизвестного слова, начинающегося на букву "е", относящегося к нецензурным словам.

Вместе с тем анализируемое словесное обозначение содержит буквы «ё» и «б», которые следуют друг за другом. Последовательность данных букв образует

корень многочисленных бранных слов.

Указанная позиция была закреплена в решении Санкт-Петербургского УФАС России от 23 мая 2019 по делу № 3-5-17/78-01-19.

Исходя из изложенного, в рекламе "Чпо Ки" использована умышленная двусмысленность, вызывающая у потребителей ассоциацию с нецензурными, непристойными, оскорбительными выражениями.

В соответствии с пунктом 16 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ "О рекламе", по делам о привлечении лиц к административной ответственности, предусмотренной статьей 14.3 КоАП РФ, 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.

Для правильной оценки слов и выражений необходимо учитывать факторы их непосредственного восприятия именно средним российским потребителем. Оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями (п. 28. Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе").

Так, в решении Суда по интеллектуальным правам от 21 сентября 2020 г. по делу № СИП-327/2020 отмечается, что совершенно очевиден и ясен тот факт, что большинство российских потребителей не обладают специальными познаниями в области филологии, лингвистики и поэтому могут воспринимать спорное обозначение как образованное от общеизвестного слова, начинающегося на букву "е" и относящегося к нецензурным словам.

Таким образом, поскольку слово "Ебидоеби" может быть значительной частью потребителей воспринято как образованное от нецензурного слова, а словосочетание "Чпо Ки" - имеющее непристойный, оскорбительный характер, их использование в рекламе нарушает требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

Рассматриваемая информация является рекламой, так как отвечает всем квалифицирующим признакам:

- информация распространена путем размещения рекламного баннера; - адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования;
- блюду ("Чпо Ки"), а также сети "Ебидоеби".

Рассматриваемая реклама содержит слова "Ебидоеби", "Чпо Ки", которые при прочтении могут восприниматься как бранные и непристойные выражения.

Согласно информации, указанной на рекламном баннере, организатором акции и продавцом по публичной оферте является ИП З. (далее - ИП З.).

В соответствии с выпиской из ЕГРИП основным видом деятельности ИП З. являются деятельность ресторанов и услуги по доставке продуктов питания.

Индивидуальный предприниматель не представил в Тульское УФАС России письменные пояснения и запрашиваемую информацию.

12.01.2024 был направлен запрос (исх.83/24) в адрес администрации г. Тула с целью представления информации о рекламной конструкции.

16.01.2024 был получен ответ о том, что рекламная конструкция принадлежит ООО «Городской телеканал», установлена на основании разрешения администрации города Тулы №4537-э от 01.12.2017 сроком до 31.10.2028. С собственником рекламной конструкции заключен договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции № 2017097 от 17.10.2017. Дополнительным соглашением срок действия договора продлен до 31.10.2028.

29.01.2024 ИП Г. представила ответ на запрос (исх.195/24 от 19.01.2024), согласно которому У ИП Г. имеется право на размещение рекламных материалов на рекламных конструкциях светодиодных экранах на основании заключенного с обществом с ограниченной ответственностью «Городской Телеканал» договора возмездного оказания рекламных услуг от 01.12.2021 года.

В связи с этим 10.11.2023 года между индивидуальным предпринимателем З. и ИП Г. был заключен Договор № 465.

В рамках Договора Исполнитель принял на себя услуги по размещению видеоролика на рекламных конструкциях - светодиодных экранах, а Заказчик в свою очередь, принял на себя обязательство принять оказанные услуги и оплатить их в соответствии с условиями Договора.

Ролик со следующим содержанием «Разминай щеки К тебе едет Чпо Ки» «Ёбидоёби» (логотип) ёбидоёби.рф Набор «Чпо Ки» 1 620 р 1,66 кг. Организатор ИП З., размещался в период времени с 15.11.2023 года по 30.11.2023 года включительно, с 01 декабря 2023 по 15 декабря 2023 включительно.

По итогам размещения видеоролика Стороны подписали Акты оказанных услуг: №930 от 30 ноября 2023, №959 от 31 декабря 2023.

Услуги по Договору № 465 от 10.11.2023 были оплачены Заказчиком полностью: платежные поручения №20 от 13.11.2023, №28 от 21.11.2023, №36 от 28.11.2023, №54 от 08.12.2023.

В соответствии с Договором № 465 от 10 ноября 2023 г., заключенным между ИП Г. и ИП З. (п. 3.3.4, 7.1, 7.5) Заказчик несет полную ответственность за содержание, достоверность и законность информации, содержащейся в рекламном материале.

В соответствии с вышеуказанным, реклама на баннере по адресу: г. Тула, ул. Октябрьская 80 (пересечение улиц Октябрьская и Пузакова) следующего содержания: "Разминай щёки К тебе едет Чпо Ки "Ё" (логотип) ёбидоёби.рф набор Чпо Ки 1620р 1,66кг" содержит признаки нарушения требований части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе".

Поскольку вышеуказанная реклама на момент вынесения резолютивной части решения, согласно договору с ИП Г., не размещалась, Комиссия приходит к выводу о нецелесообразности выдачи ИП З. предписания о прекращении нарушения.

Руководствуясь [пунктом 1 части 2 статьи 33](#), [частью 1 статьи 36](#) Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе", и в соответствии с пунктами 42 - 51 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 N 1922 "Об утверждении Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе", Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу индивидуального предпринимателя З. размещенную рекламу на баннере по адресу: г. Тула, ул. Октябрьская 80 (пересечение улиц Октябрьская и Пузакова) с нарушением требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Признать индивидуального предпринимателя З. нарушившим часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
3. Предписание о прекращении нарушения Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" ИП З. не выдавать.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тульского УФАС России для рассмотрения вопроса о привлечении индивидуально предпринимателя З. к административной ответственности по части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

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

2024-674