РЕШЕНИЕ

по делу № 034/05/5-999/2019

12 ноября 2019 года Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 12 ноября 2019 года

Решение изготовлено в полном объеме 19 ноября 2019 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления;

член комиссии - заместитель начальника отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы;

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 034/05/5-999/2019, возбужденное по признакам нарушения пп. 4 ч. 4 ст. 5, ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) в отношении ООО «БКМ-Сервис» (ИНН 3444216053, ОГРН 1143443020907, адрес: Волгоград, ул. Набережная 62-й Армии д. 5, корп. Б, 400050),

с участием представителя ООО «БКМ-Сервис» К.Н.В. (по доверенности № 1 от 09 января 2019 года),

УСТАНОВИЛА:

Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (ч. 1 ст. 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В соответствии с п. 2 Положения о государственном надзоре в области рекламы, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 20.12.2012 № 1346 (далее - Положение) одним из инструментов выявления и фиксации фактов распространения рекламы, имеющей признаки ненадлежащей рекламы, является систематическое наблюдение за исполнением обязательных требований, анализа и прогнозирования состояния исполнения обязательных требований при осуществлении юридическими лицами деятельности в области рекламы.

Волгоградским УФАС России в рамках осуществления полномочий

государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе в сентябре 2019 года было выявлено распространение рекламы ресторана «ONЕГИН», в правой части которой размещено изображение мясных стейков с кровью, лежащих на широком ноже, а также информация следующего содержания:

«*ONЕГИН*

GRILL & MORE»

Онегин гриль и не только

Пугаем веганов

с 2014 года

www.onegincafe.ru» (см. акт мониторинга № 493-р от 27.09.2019).

Реклама размещалась на наружной рекламной конструкции (магистральной арке) над автодорогой на пересечении ул. Маршала Рокоссовского и ул. Хиросимы по направлению движения в сторону Советского района Волгограда.

Согласно пп. 4 ч. 4 ст. 5 Закона о рекламе реклама не должна формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц.

Согласно 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.

Веганством считается наиболее строгая форма вегетарианства. Веганами, соответственно, считаются представители данного течения, которые полностью исключают из своего рациона потребление продуктов животного происхождения, включая мясо, рыбу, яйца, молоко и т.д.

Использование в рекламе выражения «пугаем веганов» демонстрирует отрицательное, презрительное, пренебрежительное отношение к веганам, которых можно «запугать» с помощью куска мяса (в данном случае стейка, изображенного в рекламе).

Правилами рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее - Правила) предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о

рекламе.

В случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

Деятельность в ресторане «ОНЕГИН» осуществляется ООО «БКМ-Сервис» (ИНН 3444216053, ОГРН 1143443020907, адрес: Волгоград, ул. Набережная 62-й Армии д. 5, корп. Б, 400050), исходя из объекта рекламирования данное лицо квалифицировано как рекламодатель.

Определением от 04 октября 2019 года в отношении ООО «БКМ-Сервис» было возбуждено производство по делу № 034/05/5-999/2019 по признакам нарушения пп. 4 ч. 4 ст. 5, ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

На заседание Комиссии 30.10.2019 ООО «БКМ-Сервис» не явилось. В деле имеется доказательство надлежащего извещения (определение о возбуждении дела № 034/05/5-999/2019) (уведомление о вручении почтового отправления трек – номер <...>).

Представитель Департамента по градостроительству и архитектуре Администрации Волгограда на заседании Комиссии пояснил, что на рекламную конструкцию, на которой была размещена рассматриваемая реклама, имеется разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (щитовая рекламная конструкция арочного типа (арка), размеры 3,00*18,00), выданное ООО «ГорСпортИнформ» (ОГРН: 1025001818060, Дата присвоения ОГРН: 14.11.2002, ИНН: 5017040836, КПП: 501701001, Дата прекращения деятельности: 21.10.2019, адрес: ул. Главного конструктора В.И. Адасько, д. 9, оф. 12, г. Истра, Московская обл., 143500) (номер разрешения 22445р-0508-13-56, дата выдачи: 31.12.2013, срок действия разрешения – с 05.08.2013 по 04.08.2023).

Между Администрацией Волгограда (в лице Комитета по развитию телерадиовещания и рекламы) и ООО «ГорСпортИнформ» заключен договор на установку (эксплуатацию) рекламных конструкций № 06-0868-02к/ген от 07.09.2006, срок действия которого 10 лет с момента подписания сторонами.

Согласно пояснениям Представителя Департамента по градостроительству и архитектуре Администрации Волгограда с 2017 года владельцем рассматриваемой рекламной конструкции является ООО «Красногорская районная рекламная служба» (номер разрешения 24011р-2212-17-56, дата выдачи: *22.12.2017*, срок действия разрешения – по 04.08.2023). Основанием для выдачи данного разрешения послужило заявление № 24011 от *20.12.2017* от ООО «Красногорская районная рекламная служба» (ОГРН: 1025002872762, Дата присвоения ОГРН: 13.11.2002, ИНН: 5024031624, КПП: 502401001, адрес: ул. Речная, д. 5, г. Красногорск, Московская обл., 143402) на установку рекламной конструкции по адресу: район Центральный, ул. Рокоссовского, при движении в Краснооктябрьский район, над проезжей частью, в 19,5 м к ЮЗ от начала островка на пересечении с ул. Хиросимы.

От ООО «БКМ-Сервис» поступили письменные пояснения (вх. № 10388 от 30.10.2019),

согласно которым рекламная конструкция, размещенная по инициативе ООО «БКМ-Сервис», не содержит бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений. Общество указало, что не преследовало цели сформировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц. Отмечено также, что персонал кафе «ONЕГИН» всегда уважительно, почтительно и с большим вниманием относится к любым предпочтениям гостей заведения (в плане еды, выбора блюд). По мнению Общества, рекламная конструкция никоим образом не высказывала негативное отношение к веганам и вегетарианцам. Данной рекламой ООО «БКМ-Сервис» только хотело подчеркнуть тот факт, что кафе «ONЕГИН» предлагает широкий ассортимент мясных блюд.

Отмечено также, что несмотря на то, что кухня, представленная в кафе «ONЕГИН», ориентирована больше на мясные блюда, в ассортименте кафе также есть и блюда, отвечающие требованиям вегетарианства, веганства. Более того, вегетарианцы и веганы также являются постоянными посетителями кафе «ONЕГИН».

Помимо этого в соответствии с пояснениями ООО «БКМ-Сервис» между последним и ООО «КватраД» (ОГРН: 1137746394180, Дата присвоения ОГРН: 30.04.2013, ИНН: 7728842559, КПП: 773401001, адрес: ул. 3-я Хорошёвская, д. 2, стр. 1, эт. 3, пом. 34, оф. 305, Москва, 123308) заключен договор № В-180 от 21 августа 2019 года, согласно которому ООО «КватраД» (исполнитель) по заданию заказчика (ООО «БКМ-Сервис») на условиях указанного договора и приложений к нему оказывает комплекс услуг по распространению рекламной информации на рекламных конструкциях, указанных в приложениях к договору.

Так согласно приложению № 1 к договору № В-180 от 21 августа 2019 года услуги по распространению рекламы оказываются исполнителем по адресной программе, в том числе по адресу: Волгоград, ул. Рокоссовского, при движении в Краснооктябрьский район, над проезжей частью, в 15 м до пересечения с ул. Хиросимы; вид рекламной конструкции – арка; размер 18*3 м, период распространения с 01.09.2019 по 30.09.2019.

Также ООО «БКМ-Сервис» представлен цветной макет рассматриваемой рекламы, на котором отчетливо виден нож, на котором размещен мясной нарезанный стейк.

В связи с необходимостью получения необходимой информации, а также в целях обсуждения и оценки рекламы на заседании Экспертного совета по применению рекламного законодательства, созданного при Волгоградском УФАС России рассмотрение дела было отложено на 30.10.2019.

Согласно Положению об Экспертном совете по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области, утвержденному приказом Волгоградского УФАС России № 64 от 17.05.2017 г. Экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Волгоградском УФАС России).

Одними из основных задач Экспертного совета являются - экспертиза и оценка содержания и восприятия рекламы, в том числе оценка этичности рекламы.

Вопрос об оценке рассматриваемой рекламы включен в повестку заседания

Экспертного совета по применению законодательства о рекламе Волгоградского УФАС, 25.10.2019. При обсуждении данного вопроса в заседании Экспертного совета принимал участие приглашенный представитель ООО «БКМ-Сервис» К.Н.В. К материалам дела № 034/05/5-999/2019 приобщен протокол указанного заседания.

Для оценки членам Совета представлено фото рекламы с изображением мясного стейка и текстом «Пугаем веганов с 2014 года».

При обсуждении рекламы у членов Экспертного совета возник вопрос, а каков вообще смысл выражения «пугаем веганов» в рекламе, зачем вообще и для чего ресторану пугать веганов. Прозвучало предположение, что, видимо, для дополнительной экспрессии, выразительности рекламы.

На вопрос членов Экспертного совета о причине указания в рекламе 2014 года, представитель рекламодателя ответил, что это год открытия данного ресторана. При разработке данной рекламы за образец была взята похожая американская реклама.

На голосование поставлены три вопроса:

1. Использовано ли в указанной рекламе оскорбительное выражение?

2. Демонстрирует ли, по Вашему мнению, рассматриваемая реклама презрительное, пренебрежительное отношение к представителям веганства?

3. Создает/формирует ли указанная реклама, по Вашему мнению, негативное отношение к лицам, которые являются приверженцами группы веганов и не употребляющим в пищу рекламируемые мясные стейки?

Результаты голосования распределились следующим образом:

1 вопрос: Использовано ли в указанной рекламе оскорбительное выражение?

2 голоса – да;

7 голосов – нет;

0 голосов - затрудняюсь ответить.

2 вопрос: Демонстрирует ли, по Вашему мнению, рассматриваемая реклама презрительное, пренебрежительное отношение к представителям веганства?

6 голосов – да;

3 голоса – нет;

0 голосов - затрудняюсь ответить

3 вопрос: Создает/формирует ли указанная реклама, по Вашему мнению, негативное отношение к лицам, которые являются приверженцами группы веганов и не употребляющим в пищу рекламируемые мясные стейки?

7 голосов – да;

2 голоса – нет;

0 голосов - затрудняюсь ответить.

По результатам голосования по указанным в повестке вопросам члена Экспертного совета решили признать, что в представленной рекламе отсутствует оскорбительное выражение в отношении людей, относящихся к группе веганов, а также признать, что реклама демонстрирует пренебрежительное отношение к представителям веганства и формирует негативное отношение к таким лицам.

К материалам дела № 034/05/5-999/2019 приобщен протокол заседания Экспертного совета по рекламе.

На заседание Комиссии 30.10.2019 Администрация Волгограда, ООО «КватраД», ООО «Красногорская рекламная служба» не явились.

Представитель ООО «БКМ-Сервис» в дополнение к ранее представленным в рамках рассмотрения дела пояснениям, устно пояснил, что рестораном «Онегин» в рассматриваемой рекламе делался акцент на то, что указанный ресторан является мясным, в наличии всегда большой выбор блюд из мяса, в том числе стейки. Однако несмотря на это, сотрудники ресторана очень уважительно относятся к посетителям заведения, которые являются веганами, для которых в меню также есть определенные блюда. Также было пояснено, что у ресторана «Онегин» не было умысла на унижение и оскорбление представителей веганства.

Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, оценив устные и письменные пояснения лиц, участвующих в деле, решение Экспертного совета по применению рекламного законодательства от 25.10.2019 установила следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе рекламой признается 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.

Рассматриваемая информация, размещенная на наружной конструкции, является рекламой, т.к.:

- адресована неопределенному кругу лиц;

- распространяется посредством наружной рекламной конструкции;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования выступает сам ресторан «ONЕГИН». При этом в рекламе сделан акцент на мясные блюда данного ресторана.

Согласно *пп. 4 ч. 4 ст. 5 Закона о рекламе* реклама не должна формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц.

Веганством считается наиболее строгая форма вегетарианства. Веганами,

соответственно, считаются представители данного течения, которые полностью исключают из своего рациона потребление продуктов животного происхождения, включая мясо, рыбу, яйца, молоко и т.д.

С учетом специализации ресторана «ONЕГИН» на мясных блюдах различных видов, включая различные виды мяса, в рассматриваемой рекламе виден подтекст осуждения лиц, являющихся веганами и не употребляющих в пищу мясные продукты, в том числе стейки.

Выражение «пугаем веганов», используемое в рекламе, демонстрирует негативное, презрительное, пренебрежительное отношение к веганам, которых можно «запугать» с помощью куска мяса (в данном случае стейка, размещенного в рекламе).

Таким образом, реклама создает/формирует негативное отношение к группе людей, которые являются приверженцами веганства.

Экспертный совет по применению рекламного законодательства большинством голосов также признал, что рассматриваемая в деле реклама формирует негативное отношение к лицам, которые являются приверженцами группы веганов и не употребляющим в пищу рекламируемые мясные стейки.

Комиссия приходит к выводу, что реклама нарушает требования пп. 4 ч. 4 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно *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.

Согласно позиции ФАС России, изложенной в письме от 29.04.2013 № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 Закона о рекламе», к *оскорбительным образам, сравнениям и выражениям* относятся слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Оскорблением признается отрицательная оценка личности, унижающая честь и достоинство этой личности, высказанная в неприличной, циничной форме. При оскорблении унижение чести и достоинства выражается в отрицательной оценке личности; такая оценка умаляет его достоинство в глазах окружающих и наносит ущерб уважению самого себя.

Оскорбление имеет целью подчеркнуть неполноценность, ущербность лица-адресата и/или его несоответствие функциям, положению и др. (см. Методические рекомендации по вопросам лингвистической экспертизы спорных текстов СМИ/ Сост. Ю.А.Бельчиков, М.В. Горбаневский, И.В. Жарков/ Издание Гильдии лингвистов-экспертов по документационным и информационным спорам по заказу Роскомнадзора. М.: ИПК Информкнига, 2010. – 208 с.).

Слово «пугать» в русском языке означает внушать страх, заставлять бояться чего-нибудь (см. Толковый словарь Ушакова Д.Н.).

Фраза «пугаем веганов с 2014 года» в рекламе ресторана в утвердительной форме сообщает потребителям рекламы о том, что ресторан длительное время (5 лет, с 2014 года) сознательно вызывает страх у людей которые, не едят мясо. Отношение к веганам, как к людям, которых можно длительное время запугивать, является явно унижающим честь и достоинство данной группы людей в глазах окружающих.

Изображение ножа, на котором лежат нарезанные стейки, дополнительно усиливает фразу «Пугаем веганов», делая ее более агрессивной и унижающей достоинство людей, принадлежащих к данной группы.

При оценке мнения Экспертного совета Комиссия отмечает, что для признания рекламы неэтичной антимонопольному органу не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную (позиция изложена в письме ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/13).

Решения Экспертного совета, которые при принятии решения при принятии решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации имеют рекомендательный характер, принимаются простым большинством голосов членов, присутствующих на заседании.

Учитывая изложенное, Комиссия принимает во внимание решение Экспертного совета по рекламе по вопросу отсутствия в рекламе оскорбительного выражения, учитывая при этом тот факт, что 2 из 9 (22%, то есть значимое количество) членов совета посчитали выражение оскорбительным, а также, что 6 из 9 (67%) членов совета посчитали, что реклама демонстрирует презрительное, пренебрежительное отношение к веганам. Демонстрация презрительного отношения способна унизить, следовательно, данный вывод также свидетельствует о наличии оскорбительного выражения в рекламе. Следовательно, из ответов членов Экспертного совета также следует вывод о том, что значимая часть опрошенных экспертов воспринимает рассматриваемую рекламу как оскорбительную.

Таким образом, оценив рекламу с учетом позицию Экспертного совета по рекламе, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая в деле наружная реклама ресторана «ОНЕГИН» нарушает требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение пп. 4 ч. 4 ст. 5, а также ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушения требований, установленных пп.

4 ч. 4 ст. 5, ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель, которым в рассматриваемом случае выступило ООО «БКМ-Сервис» (ИНН 3444216053, ОГРН 1143443020907, адрес: Волгоград, ул. Набережная 62-й Армии д. 5, корп. Б, 400050).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закон о рекламе и в соответствии с п. 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «ONЕГИН GRILL & MORE» Онегин гриль и не только Пугаем веганов с 2014 года www.onegincafe.ru», распространяемую в сентябре 2019 года на наружной рекламной конструкции (магистральной арке) над автодорогой на пересечении ул. Маршала Рокоссовского и ул. Хиросимы по направлению движения в сторону Советского района Волгограда, ненадлежащей, нарушающей требования пп. 4 ч. 4 ст. 5 и ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для принятия решения о возбуждении административного производства по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «БКМ-Сервис» (ИНН 3444216053, ОГРН 1143443020907, адрес: Волгоград, ул. Набережная 62-й Армии д. 5, корп. Б, 400050).

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.