

ОПРЕДЕЛЕНИЕ О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 235/14 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

«06» октября 2014 г.
Новосибирск

г.

Председатель Комиссии Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, Т.В. Лопаткина – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы, рассмотрев материалы в отношении ООО «Крепыш»,

УСТАНОВИЛ:

06.08.2014 г. в Новосибирское УФАС России поступило обращение гр. "... " (вх. № 3862), согласно которому вблизи дома по адресу: проспект К. Маркса, д. 55 расположен щит, на котором размещена реклама ломбарда с использованием нецензурной лексики.

По мнению заявительницы, данная рекламная информация содержит признаки нарушения законодательства о рекламе.

Новосибирским УФАС России была проведена проверка, в результате которой установлено следующее.

В связи с поступившим обращением, специалистами Новосибирского УФАС России был осуществлен выезд на место размещения рассматриваемой информации (произведен осмотр конструкции, указанной в обращении) (Акт фиксации информации от 07.08.2014 г.).

В результате осмотра установлено, что у здания, по адресу: проспект Карла Маркса, д. 55 на переносном щтендере размещена информация следующего содержания:

«ХУДЕЕТЕ без денег? Выручим _ Деньги под залог золота _ 0% первые 5 дней* _ не является публичной офертой_ Ломбардофф _ Комиссионный магазин золота _ «...»», с изображением девушки. При этом буква «д» в слове «худеете» меньше по размеру остальных слов данного слова и прописана другим шрифтом.

В соответствии с ч.1 ст.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 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.

Рассматриваемая информация направлена на привлечения внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования – юридическому лицу, позиционирующим себя как «Ломбардофф», услугам данной организации, а также

условиям предоставления услуг по предоставлению денежных средств, что в полной мере соответствует понятию «реклама».

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.

Ч.6 ст.5 Закона о рекламе (как и другие законодательные акты) не содержит перечня слов (выражений), которые являются бранными и непристойными (нецензурными).

С целью получения, оценки рассматриваемого изображения, Новосибирским УФАС России на официальном сайте антимонопольного органа <http://novosibirsk.fas.gov.ru/> в период с 22.09.2014 г. по 26.09.2014 г. был произведен опрос посетителей сайта.

Для опроса было предложено ознакомиться с рассматриваемой рекламной информацией, указать возраст, пол, опрашиваемого участника и ответить на предложенные вопросы: 1) считаете ли Вы, что в рекламе используется бранное слово?; 2) считаете ли Вы, что в рекламе используется непристойное выражение?

Согласно Сводке опроса, за указанный период в опросе приняло участие 750 участников, в возрасте 18-25 лет – 153 участников (20%), 26-35 лет – 394 участника (53%), 36-45 лет – 143 участников (19%), 46-60 лет – 1 участник (0%); от 61 года – 9 участников (1%).

При этом, 276 опрошенных составили женщины (37%), 474 – мужчины (63%).

Считают, что в рекламе используется бранное слово – 546 опрошенных (73%), «нет» ответило 195 опрошенных (26%) опрошенных лиц, затруднилось ответить 9 (1%) опрошенных лиц.

Считают, что в рекламе используется непристойное выражение – 543 опрошенных (72%), «нет» ответило 194 опрошенных (26%), затруднилось ответить 13 опрошенных (2%).

Таким образом, считают, что в рекламе используется бранное слово - 73% опрошенных, считают, что в рекламе используется непристойное выражение – 72 % опрошенных.

Согласно Толковому словарю русского языка (под ред. С.И. Ожегова), непристойный - предосудительный, крайне неприличный, т.е. не соответствующий, противоречащий правилам приличия, хорошего тона;

нецензурный – неприличный, непристойный;

брань - осуждающие и обидные слова; ругань.

В силу ч. 6 ст. 1 Федерального закона 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.

Таким образом, с учетом изложенного, объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является совокупность всех элементов зрительного воздействия на потребителя – наименование организации, услуги, а также условия, на которых осуществляется выдача денежных средств, привлекающее внимание потребителей не к объектам рекламирования, а, собственно, к изображению фигуристой девушки, держащей в руках денежные купюры, слову «худеете», в контексте оказываемых организацией услуг, и способ написания слова «худеете».

Следовательно, рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения ч.6 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с ч.6 ст.38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение ч.3 ст.5 указанного Закона несет рекламодатель, т.е. изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно справочной информации сети Интернет и справочника «ДубльГис», деятельность ломбарда по адресу: проспект К. Маркса, д. 55 осуществляет ООО «Крепыш».

На запрос антимонопольного органа № 06 - 8525 от 15.08.2014 г. по факту размещения рассматриваемой рекламы ООО «Крепыш» документы до настоящего времени не представило.

Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламной информации, является ООО «Крепыш» (г. Новосибирск, проспект К. Маркса, д. 55).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 235/14 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

заявитель – физическое лицо;

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Крепыш» (г. Новосибирск, проспект К. Маркса, д. 55).

3. Назначить дело № 235/14 к рассмотрению на «18» ноября 2014г. в 14-00 часов по

адресу: г. Новосибирск, ул. Кирова, 3, к. 1007.

4. ООО «Крепыш» до «17» ноября 2014 г. представить в адрес Новосибирского УФАС России:

- учредительные документы организации (Устав), свидетельство о государственной регистрации юридического лица, свидетельство о постановке юридического лица на налоговый учет, документ о назначении руководителя организации;
- документы, являющиеся основанием для размещения указанной рекламы (договоры на производство и размещение рекламы, платежные документы, акты сдачи-приемки, согласованные макеты, заявки и т.д.);
- документы, на основании которых Общество осуществляет деятельность по адресу: г. Новосибирск, проспект К. Маркса, д. 55 (договор аренды, субаренды, свидетельство о регистрации права собственности, иное);
- имеющиеся выданные в установленном порядке действующие лицензии Общества;
- документы, на основании которых денежные средства предоставляются под залог золота первые 5 дней под 0% (Распоряжение, полные условия предоставления денежных средств, договоры, заключаемые с клиентами (по состоянию на август 2014 г.), иное);
- письменные пояснения по факту размещения указанной рекламы, о периоде и способе размещения информации;
- отзыв на данное определение.

Документы представляются в прошитом виде, с сопроводительным письмом в копиях, заверенных юридическим лицом (синяя печать, дата, подпись, расшифровка), с указанием всех приложений. В случае отсутствия какого-либо из перечисленных документов необходимы письменные пояснения.

Явка представителя ООО «Крепыш», в действиях которой содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, с надлежащим образом оформленной доверенностью на участие в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, обязательна.

Кроме того, обращаем Ваше внимание, в доверенности представителя Общества должна содержаться ссылка на представление интересов в антимонопольном органе (Новосибирском УФАС России) с указанием номера дела, включая право на получение приглашения на составление протокола об административном правонарушении представителя Общества.

В соответствии с ч. 25 главы IV «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», стороны и заинтересованные лица со дня возбуждения дела вправе знакомиться с материалами дела (за исключением сведений, составляющих государственную и иную охраняемую законом тайну) и делать выписки из них; давать устные и письменные объяснения; представлять

доказательства по делу и участвовать в их исследовании; заявлять ходатайства; делать заявления; возражать против заявлений и доводов других лиц; пользоваться другими правами, предусмотренными законодательством РФ.