Исх. АР-08/16073 от 25.10.2019

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <…> – (должностное лицо)
Члены Комиссии: <…> – (должностное лицо)

<…> – (должностное лицо)

рассмотрев дело №016/05/5-1193/2019 в отношении <…>, по факту распространения в г. Зеленодольске, на ул. Заикина, 8 рекламы с текстом: «Сеть мужских парикмахерских BarberMAFIA не будь ЛОХматым…», что имеет признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора, Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения в г. Зеленодольске, на ул. Заикина, 8 рекламы с текстом: «Сеть мужских парикмахерских BarberMAFIA не будь ЛОХматым…», что имеет признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно 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 соответствии с Письмом ФАС России от 29.04.2013 №АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», 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.

К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. При этом очевидно, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее).

Слово «непристойный» согласно Толковому словарю русского языка С.И. Ожегова означает «неприличный, бесстыдный». Слово «бесстыдный» согласно вышеуказанному словарю означает противоречащий общественной морали, непристойный». «Неприличный» противоречащий правилам приличия. «Приличие» правило поведения, благопристойности.

Неприличность создает использование верхнего регистра букв фразе: «ЛОХматым». В соответствии с информацией, взятой из информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» с интернет-сайта: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9B%D0%BE%D1%85_(%D0%B6%D0%B0%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D0%B7%D0%BC), лох — в русском языке жаргонизм, употребляющийся в разговорной речи для обозначения человека, не умеющего «устроиться» и приспособиться к изменениям жизни, в результате обычно небогатого, а в воровском арго для обозначения жертвы. Антоним слова «крутой». В словари литературного языка этот смысл слова не входит, но встречается в словарях народных говоров: так, уже у Даля лох — «псковское лоховес, разиня, шелопай», лоха — «дура, глупая баба».

Согласно пункту 4 части 4 статьи 5 Закона «О рекламе», реклама не должна формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц.

Реклама с текстом: «Сеть мужских парикмахерских BarberMAFIA не будь ЛОХматым…» имеет признаки нарушения пункта 4 части 4 статьи 5 Закона «О рекламе», поскольку в связи с использованием верхнего регистра букв в слове «ЛОХматым» формируется негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемым товаром.

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы - это 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.

Информация со сведениями: «Сеть мужских парикмахерских BarberMAFIA не будь ЛОХматым…» в силу статьи 3 Закона «О рекламе» является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к услугам сети мужских парикмахерских BarberMAFIA.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

С учетом изложенного, рекламное объявление с текстом следующего содержания: «Сеть мужских парикмахерских BarberMAFIA не будь ЛОХматым…» имеет признаки нарушения пункта 4 части 4, части 6 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных пункта 4 части 4, частью 6 статьи 5 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара, продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации. При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы (письмо ФАС России от 31.05.2016 N АК/36350/16 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе»).

В представленном рекламном материале указан телефонный номер <...> (953) 999 33 53. В соответствии с ответом ООО «Т2 Мобайл», номер <...> (953) 999 33 53 принадлежит Грязину Дмитрию Олеговичу (адрес: 423579, РТ, г. Нижнекамск, ул. Гагарина, д. 5Б), однако, в ходе рассмотрения дела выявлены факты, свидетельствующие о том, что рекламодателем является <…>, так как на вывеске при осуществлении деятельности размещалась информация: «<…>».

<…> не явилась на заседание Комиссии, однако направила информацию, о признании нарушения Закона «О рекламе», пояснила, что деятельность ИП прекращена, реклама на настоящее время не распространяется.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу <…> с текстом: «Сеть мужских парикмахерских BarberMAFIA не будь ЛОХматым…», нарушающей требования частей 6,7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Предписание об устранении нарушения пункта 4 части 4, части 6 статьи 5 Закона «О рекламе» Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе» не выдавать, в связи с представлением доказательств устранения нарушения.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии:	<…> – (должностное лицо)
Члены Комиссии:	<…> – (должностное лицо)
	<…> – (должностное лицо)