

РЕШЕНИЕ
по делу № 05-Р-2018

31 мая 2018 г.

г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 28.05.2018

Решение в полном объеме изготовлено 31.05.2018

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

председатель Комиссии:

«...»

члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 05-Р-2018, возбужденное по признакам нарушения [части 6 статьи 5](#) Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе, законодательство о рекламе) в отношении ООО "Ритм" (ИНН 2130161563, г. Чебоксары, Гаражный проезд, д.7, литер Б, пом. 19),

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе - представителя ООО "Ритм" – «...»

заинтересованного лица - представителя ООО "Амур" – «...»

в отсутствии: заявителя, извещенного о дате и времени рассмотрения дела надлежащим образом, ИП Белова Е.В., не уведомленного надлежащим образом о дате и времени рассмотрения настоящего дела,

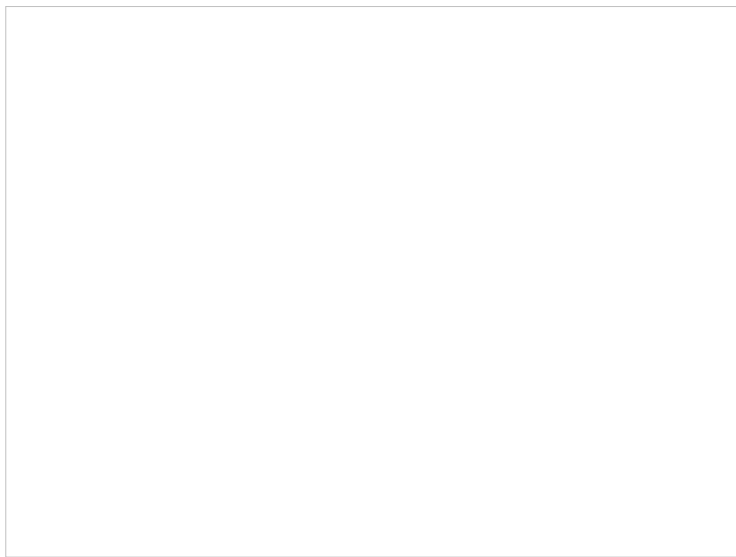
УСТАНОВИЛА:

01.02.2018 (вх. № 04-21/651) в адрес Чувашского УФАС России поступило перенаправленное из Управления контроля и общественной безопасности Главы Чувашской Республики заявления с адреса электронной почты «...» (далее - Заявитель) с указанием на ненадлежащую рекламу.

Заявление обусловлено следующими обстоятельствами.

На рекламном щите в границах г.Чебоксары, в месте территориального размещения торгового комплекса "Хевешский", по адресу г. Чебоксары, Гаражный проезд, 7, Заявителем обнаружено размещение наружной рекламы, содержащей неэтичный, нарушающий общепринятые нормы морали и нравственности, образ и текст.

Факт указанной информации Заявитель подтвердил прилагаемым к заявлению фотоматериалом.



Согласно представленному фотоматериалу усматривается информация, содержащая, в том числе, текст: "цены просто ох...ть (охреть)".

В целях осуществления соблюдения обязательных требований Закона о рекламе, Чувашским УФАС России осуществлен выезд на место размещения представленной информации.

В результате проведенного контрольного мероприятия выявлен факт (акт наблюдения от 08.02.2018 б/н время 14 час.40 мин.) распространения наружной рекламы, с использованием перетяжки (рекламной конструкции), размещенной в границах месторасположения торгового комплекса "Хевешский", находящегося по адресу г. Чебоксары, Гаражный проезд, 7, содержащей, в том числе, следующий текст:

"цены просто ох...ть (охреть)".

В рамках рассмотрения заявления установлено, что распространение ненадлежащей рекламы осуществлено в границах месторасположения торгового комплекса "Хевешский", представляющего в данном случае ООО "Амур" (ИНН 2130194520, адрес местонахождения: г. Чебоксары, Гаражный проезд, 7, офис 300). Из представленного ответа ООО "Амур" следовало, что общество не владеет информацией о владельце спорной рекламы и не имеет договоров на ее размещение. Таким образом, ООО "Амур" было определено рекламодателем рассматриваемой рекламы.

В заседании Комиссии 16.03.2018 "Амур" указало, что общество является арендатором земельного участка, в месте нахождения которого находится рассматриваемая реклама, в силу требований договора аренды земельного участка от 01.01.2018 № 1/01, заключенного между ООО "Бренд" (ИНН 2130000654) и ООО "Амур" (ИНН 2130194520).

Таким образом, земельный участок, расположенный по адресу г.Чебоксары, Гаражный проезд, дом 7, в месте расположения торгового комплекса, имеющего наименование "Хевешский", предоставлен ООО "Амур" ООО "Бренд" для эксплуатации оптовой базы для торговой и складской деятельности с 01.01.2018.

Кроме того, ООО "Амур" сообщило, что рассматриваемая реклама могла быть размещена предыдущим арендатором земельного участка - ООО "Ритм" (ИНН 2130161563, г. Чебоксары, Гаражный проезд, д.7.литер Б, пом. 19).

Вместе с тем, учитывая, что содержание и изображение спорной рекламы имело место обращения в антимонопольный орган и, как следствие, явилось предметом разбирательства антимонопольного органа, распространение спорной рекламы прекращено силами ООО "Амур" путем ее демонтажа.

При этом, в заседание Комиссии ООО "Амур" представило фотоматериал, указывающий на устранение ненадлежащей рекламы.

Из представленных в рамках дела документов (доверенностей, счета и расходных кассовых ордеров), а также устных пояснений ООО "Амур", следует, что ООО "Ритм" явилось заказчиком (покупателем) у ИП Белова Е.В. (продавца) рассматриваемого баннера с текстом спорной рекламы в августе 2017 года.

Таким образом, из представленных пояснений ООО "Амур" установлено, что ООО "Ритм" и ИП Белов Е.В. являются лицами, непосредственно осуществившими изготовление и размещение рассматриваемой рекламы.

В связи с установленными обстоятельствами, к рассмотрению дела, в качестве заинтересованных лиц, привлечены ООО "Ритм" (ИНН 2130161563, г. Чебоксары, Гаражный проезд, д.7.литер Б, пом. 19) и ИП Белов Е. В. (ИНН 212702767660, г.Чебоксары, Эгерский б-р, д.53, кв.78).

Из представленного в Комиссию ООО "Ритм" пояснения (вх. от 11.05.2018 № 04-10/2907) следует, что баннер с рассматриваемой спорной рекламой изготовлен ИП Беловым Е.В. по заказу ООО "Ритм" и размещен обществом

в августе 2017 года на рекламном щите, территориально размещенного в границах торгового комплекса "Хевешский".

Таким образом, Комиссией установлено, что рекламодателем спорной рекламы явилось ООО "Ритм".

В целях определения восприятия рассматриваемой рекламы непосредственно потребителями и оценки тех ассоциаций, которые она вызывает, Чувашским УФАС России рассмотрение данной рекламы включено 28.02.2018 в повестку заседания Экспертного Совета по применению законодательства о рекламе, образованном при Чувашском УФАС России.

Повестка заседания была сформирована следующим образом: Ассоциируется ли у потребителей рекламы рассматриваемое изображение и текст с непристойным и оскорбительным образом, являющегося нарушением общепринятых норм и принципов поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности, установленных требованиями части 6 статьи 5 Закона о рекламе? Согласно результатам высказанных мнений, члены Совета пришли к единому мнению относительно того, что рассматриваемая наружная реклама в нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 законодательства о рекламе, затрагивает общепринятые нормы и принципы поведения в обществе.

Члены Совета обратили внимание на недопустимость размещения подобного рода рекламы, содержащей, в том числе, непристойный текст, в месте, для всеобщего обозрения, в т. ч. потребителей рекламы, чьи жизненные ценности еще не сформированы, несовершеннолетних потребителей.

При этом, свои выводы члены Совета аргументировали следующими пояснениями. Слово "охренеть" - эвфемизм (по словарям), т.е. с точки зрения лингвистики, нейтральное по смыслу и стилю слово, бессмысленное созвучие или описательное выражение, используемое в речи для замены слов и выражений, признанных грубыми или непристойными.

Так как ненормативные слова не принято использовать в приличном обществе, тем более в рекламе, логично предположить, что на данном щите, в первом случае, с пропуском букв, подразумевается именно непристойное, недопустимое в публичном общении слово (а иначе, зачем скрывать его середину?). Поэтому, при первом взгляде на эту запись, у большинства потребителей данной рекламы возникнет ощущение, что здесь скрыто неприличное ругательство. Доказательством этому является пояснение в круглых скобках.

Создателям рекламы ничто не мешало сразу написать эвфемизм (который они итак изобразили на рекламном щите), без использования спорного написания с пропуском букв.

Эвфемизм был добавлен как для создания впечатления законности, так и для создания ощущения у потребителя, что это только у него в мыслях возникают непристойные слова, а рекламодатель, при этом, в своей рекламе ничего непристойного не имел в виду.

Можно предположить, что ожидаемой реакцией на рекламу должны быть общественные споры, шумиха, которая сделает место расположения рынка "Хевешский" более известным обществу, а также путём создания информационного спора (бума, шумихи) повышенного интереса в целях его посещения.

Значит, спорное написание было употреблено рекламодателем намеренно: с целью шокировать потребителя и тем самым сделать рекламу запоминающейся.

Но какая бы ни была креативная идея или уникальный текст, чтобы реклама «работала», она не должна нарушать закон, т.е. должны быть соблюдены нормы законодательства о рекламе.

Оценив и проанализировав представленные в заседании Комиссии материалы и заявленные доводы сторон, в том числе, приобщенные к делу материалы Экспертного Совета по рекламе, Комиссия приходит к следующему.

Отношения в сфере рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы законодательно определены требованиями Закона о рекламе.

С точки зрения Закона о рекламе, под рекламой понимается 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 (пункт 1 статья 3 Закона о рекламе).

Рассматриваемая информация соответствует определению понятия рекламы, установленному пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Следовательно, на такую информацию распространяются положения [Закона](#) о рекламе.

Общие требования к рекламе установлены в статье 5 Закона о рекламе. При этом, в силу требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе установлено, что 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.

При квалификации нарушений части 6 статьи 5 Закона о рекламе антимонопольные органы особое внимание уделяют оценкам Экспертного Совета, решения которых учитываются при рассмотрении дел, возбужденных по признакам нарушения данной

нормы законодательства. В данном случае наличие признаков нарушения ч. 6 ст.5 Закона о рекламе в рассматриваемой рекламе явилось для членов Экспертного Совета очевидным. В этой связи мнения членов Экспертного Совета подтвердили довод, указанный в обращении Заявителя.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.6 ст.5 Закон о рекламе несет рекламодатель ([ч. 6 ст. 38](#) Закона о рекламе).

В смысле [ст. 3 Закона](#) о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно полученным материалам и документам, установлено, что рекламодателем рассматриваемой спорной рекламы является ООО "Ритм".

На этом основании, ответственность за выявленное нарушение требований, установленных ч.6 ст.5 Закон о рекламе несет данное общество.

Оценивая спорную рекламу, Комиссия исходила из требований норм [части 6 статьи 5](#) Закона о рекламе, официальных разъяснений ФАС России, а также мнения членов Экспертного Совета, потребителей рекламы, их восприятия и оценке тех ассоциаций, которые вызывает данная реклама.

При этом, в заседании Комиссии установлено, что, на момент рассмотрения дела, размещение спорной рекламы прекращено путем ее демонтажа.

Таким образом, в рамках дела определено, что на момент рассмотрения дела, вменяемое обществу нарушение требований Закона о рекламе устранено.

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая, что выявленные обстоятельства нарушения Закона о рекламе устранены путем не распространения ненадлежащей рекламы, Комиссия приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ООО "Ритм" предписания о прекращении нарушения Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения Закона

о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, содержащую, в том числе, текст: " цены просто ох...ть (охрeнeть) ", размещаемую в период с августа 2017 года по 18.04.2018 в границах месторасположения торгового комплекса "Хевешский", находящегося по адресу г. Чебоксары, Гаражный проезд, 7, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч.6 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Признать ООО "Ритм" нарушившим ч.6 ст. 5 Закона о рекламе.

3. В связи с отсутствием распространения ненадлежащей рекламы на момент рассмотрения дела, предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе ООО "Ритм" не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО "Ритм".

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Чувашской Республики-Чувашии в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»