

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 05-01/30-16/РЗ

«9» ноября 2016 г.

г.

Смоленск

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

заместитель  
председателя  
Комиссии:

<...> – заместитель руководителя Смоленского УФАС России

<...> – начальник отдела контроля товарных рынков и рекламы Смоленского УФАС России,

члены Комиссии:

<...> – специалист-эксперт отдела контроля товарных рынков и рекламы Смоленского УФАС России,

рассмотрев дело № 05-01/30-16/РЗ по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения на улицах г. Смоленска рекламы наручных часов марки «Swatch», в тексте которой использованы иностранные слова и выражения, без перевода на русский язык, это приводит к искажению смысла информации и тем самым нарушает требования Федерального закона «О государственном языке в Российской Федерации»,

в присутствии:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – индивидуального предпринимателя <...> (адрес регистрации: <...>; ИНН <...>),

УСТАНОВИЛА:

в результате осуществления надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении наружной рекламы должностными лицами Смоленского УФАС России 26.09.2016 было выявлено, что в г. Смоленске на перекрестке ул. Дзержинского – пр-т Гагарина (около торгового дома «Атмосфера»), установлена рекламная конструкция с информацией следующего содержания:

«I ALWAYS WANT *more carioca vibe* SWATCH

ТЦ «Юнона», первый этаж. *Изображение часов, моря, пляжа и женского образа»*

Согласно статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»): «Реклама - информация, распространяемая 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, средство его индивидуализации, 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».

Указанная информация является рекламой, так как предназначена для неопределенного круга лиц – распространяется на улицах города и круг лиц не может быть заранее определен в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования, направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к ТЦ «Юнона» и реализуемым там товарам.

В тексте рекламы отсутствует перевод иностранных слов: «I ALWAYS WANT *more carioca vibe* SWATCH» на русский язык и в сочетании с изображением часов, моря, пляжа и женского образа, невозможно понять, что именно рекламируется в данной рекламе.

Выражение: «I ALWAYS WANT *more carioca vibe*», используемое в рекламе, в переводе с английского означает «Я всегда хочу больше». Swatch (Свотч) — марка швейцарских часов. Swatch – название, образованное от английских слов Swiss и Watch, дословно означает «швейцарские часы».

Согласно письму индивидуального предпринимателя Алибеговой М.И. от 25.10.2016, в рекламе с левого фронта рекламного баннера есть перевод информации на иностранном языке: «I ALWAYS WANT *more carioca vibe* : «Я всегда хочу больше ритмов бразильского танца Кариока».

Действительно, слева, мелкими, относительно остального текста, светлыми буквами на светлом фоне и в вертикальном расположении относительно остального текста, присутствует эта надпись, которая практически неразличима, что можно считать как отсутствие перевода.

Таким образом, в связи с тем, что в рекламе отсутствует перевод иностранных слов на русский язык, потребитель не может в полном объеме уяснить смысл данного выражения.

Знание иностранного языка не является обязательным для российских граждан. Потребителями рекламы являются представители самых разных слоев нашего общества, социального положения, образования и возраста. Для многих из них обучение иностранному языку начинается и заканчивается на ступени обязательного общего образования в общеобразовательном учреждении. При этом известно, что иностранный язык быстро забывается, если им не пользоваться. Соответственно степень владения российскими гражданами иностранным языком может варьироваться от самой низкой до виртуозной. Поэтому использованные в рекламе выражения на иностранном языке потребитель рекламы может не уяснить, и для него рекламная информация будет не полной и искаженной.

Распространение рекламы, вводящей потребителей в заблуждение относительно рекламируемого товара, способно привести к неправильному выбору потребителей товара. Кроме того, у потребителя складывается искаженное представление о рекламируемом товаре.

На основании части 7 статьи 5 Закона «О рекламе»: «Не допускается реклама, в

которой [отсутствует](#) часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы».

Согласно пункту 1 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе»: «В рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации».

В соответствии с [частью 11 статьи 5](#) Закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Согласно пункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке в Российской Федерации», государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному использованию в рекламе.

В части 2 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке в Российской Федерации» указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном языке. В силу данной нормы, в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык. При этом перевод должен в полной мере отражать смысловое содержание текста на иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

Конституцией Российской Федерации за русским языком закреплен статус государственного языка Российской Федерации (статья 65 Конституции Российской Федерации). Данный статус предполагает повсеместное использование русского языка. Русским языком свободно владеет подавляющее большинство граждан Российской Федерации. Он представляет собой важную коммуникационную основу целостности и единства России, выполняет интеграционную функцию в политической, социальной и культурной сферах, выступает в качестве символа государства.

В указанной рекламе использованы иностранные слова и выражения, без перевода на русский язык, это приводит к искажению смысла информации и тем самым нарушает требования пункта 10 части 1 статьи 3 и части 2 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке в Российской Федерации», что является нарушением требований пункта 1 части 5 статьи 5 и части 11 статьи 5 Закона «О рекламе».

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

**Ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 Закона «О рекламе», на основании части 6 статьи 38 данного Закона, несет рекламодатель.** Согласно статье 3 Закона «О рекламе»: «**рекламодатель** – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо».

Деятельность в магазине швейцарских часов расположенного на первом этаже ТЦ «Юнона» осуществляет индивидуальный предприниматель <...> (адрес регистрации: <...>; ОГРНИП <...>; ИНН <...>). Согласно договору от 11.04.2016, заключенного индивидуальным предпринимателем <...> (далее – Заказчик) с индивидуальным предпринимателем <...> (далее – исполнитель), указанная реклама была изготовлена по заданию индивидуального предпринимателя <...>. Согласно Акту № 502 от 20.04.2016, подписанного Заказчиком и Исполнителем, услуги были выполнены полностью и в срок. Заказчик претензий по объёму, качеству и срокам оказания услуг не имеет. Указанная реклама размещалась на основании договора № 0105/16 от 01.05.2016, заключенного индивидуальным предпринимателем <...> (далее – Заказчик) с индивидуальным предпринимателем <...> (далее – исполнитель). Согласно пункту 1.1. договора, Исполнитель предоставляет заказчику в аренду информационный стенд, принадлежащий ему на законных основаниях, в соответствии с графиком и адресной программой, указанной в приложениях к договору. Таким образом, индивидуальный предприниматель <...> является рекламодателем.

На рассмотрении дела индивидуальный предприниматель <...> пояснила следующее. Размещаемая реклама является рекламой наручных часов марки «Swatch». Указанная реклама распространялась для того чтобы довести до потребителя информацию о часах Швейцарского производства марки «Swatch». Нарушение допущено неумышленно, в связи с незнанием требований Закона «О рекламе». Ни рекламопроизводитель, ни владелец рекламной конструкции не сообщили, что в данной рекламе содержатся нарушения Закона «О рекламе». В настоящее время реклама демонтирована.

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 законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей наружную рекламу наручных часов марки «Swatch»: «I ALWAYS WANT *more cariosa vibe* SWATCH», размещаемую по адресу: г. Смоленск, перекрёсток ул. Дзержинского – пр-т Гагарина (около торгового дома «Атмосфера»), в тексте которой использованы иностранные слова и выражения без перевода на русский язык, что приводит к искажению смысла информации и тем самым нарушает требования Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке в Российской Федерации», поскольку в ней нарушены требования пункта 1 части 5 статьи 5 и частей 7 и 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Не выдавать индивидуальному предпринимателю <...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе, в связи с добровольным устранением нарушений до рассмотрения дела по существу.

Решение изготовлено в полном объеме «14» ноября 2016 г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

