

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ОБ ОТЛОЖЕНИИ РАССМОТРЕНИЯ ДЕЛА № 024/05/5-2882/2022  
И ПРОДЛЕНИИ СРОКА ЕГО РАССМОТРЕНИЯ

23 ноября 2022 года г. Красноярск

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии: , рассмотрев материалы дела № 024/05/5-2882/2022 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения обществом с ограниченной ответственностью «Ёбидоёби» (ИНН: 2465142629, КПП: 246501001, ул. 78 Добровольческой Бригады, д. 21, Красноярский Край, г. Красноярск, 660077) (далее – ООО «Ёбидоёби»), рекламы с признаками нарушения требований установленных части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие представителя ООО «Ёбидоёби»,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Красноярского УФАС России от Калининградского УФАС России от управления архитектуры Администрации города Красноярска и от депутата Законодательного Собрания Красноярского края поступили обращения Дубровиной П.Н. (вх. № 18554-ЭП/22 от 14.10.2022, 19028/22 от 21.10.2022) (далее – Заявитель) по факту использования в рекламной записи на рекламной конструкции по адресу: г. Красноярск, въезд в район «Белые росы» непристойных слов, нарушающих по мнению Заявителя, требования Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») следующего содержания: «Хочешь Чпо Ки? 64 ролла за 1199р\_ просто наведи камеру на код».

В результате рассмотрения обращения и приложенных к нему материалов Красноярское УФАС России приняло решение о необходимости рассмотрения вопроса о соответствии либо несоответствии указанной в Обращении рекламы требованиям Федерального закона «О рекламе» на заседании Экспертного совета по применению законодательства Российской Федерации о рекламе при Красноярском УФАС России (далее – Экспертный совет по рекламе).

Согласно пункту 2.1 части 2 Положения об Экспертном совете, основными задачами Экспертного совета являются экспертиза и оценка содержания рекламы, представленной на рассмотрение Экспертного совета, оценка воздействия рекламы на потребителей рекламной информации, экспертиза соответствия действительности сведений, сообщаемых в рекламе, разработка рекомендаций по совершенствованию государственного контроля соблюдения законодательства о рекламе.

Экспертный совет по рекламе был проведен Красноярским УФАС России 21 октября 2022 года. В результате голосования при рассмотрении вопроса о том, нарушает ли распространяемая ООО «Ёбидоёби» реклама требования части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» единогласно членами Экспертного совета было принято решение о наличии признаков нарушения Федерального закона «О рекламе».

Относительно использования в рекламе словосочетания «Чпо Ки» экспертный совет комиссии антимонопольного органа пришел к выводу о том, что значительная часть потребителей может воспринимать данное словосочетание с учетом общего провокационного контекста, а также использованного в данной рекламе слова «Ебидоеби», как указывающее на действия сексуального характера.

Исходя из общих правил поведения и норм нравственности, публичное распространение слов, производных от известных терминов, обозначающих интимное половое поведение, противоречит правилам приличия в современном обществе, является непристойным и вызывает чувство неловкости и стыда.

Применительно к спорным правоотношениям использование в рассматриваемой публичной наружной рекламе в несколько завуалированной форме слова, обозначающего определенные действия сексуального характера и вызывающего у потребителя в мыслях соответствующий образ сексуального поведения, недопустимо ввиду нарушения общепринятых правил приличия.

Таким образом, в рассматриваемой рекламе также имеются признаки нарушения части 11 статьи 5 Закона о рекламе, согласно которой при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Признаком правонарушения Федерального закона «О рекламе» является использование на рекламной конструкции рекламы, использующей словосочетание «Хочешь Чпо Ки?».

В соответствии с частью 6 статьи 1 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» (далее - Федеральный закон № 53-ФЗ) 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. Государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному использованию в рекламе (пункт 10 части 1 статьи 3 Федерального закона).

Использованное выражение японского языка, исполненное в русской транслитерации («Чпо Ки»), нельзя отнести к иностранным словам, не имеющим общеупотребительных аналогов на русском языке. Японский язык не является ни государственным языком России, ни языком межнационального общения народов Российской Федерации.

По смыслу части 2 статьи 3 Федерального закона № 53-ФЗ в рекламе допускается использование иностранных слов выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык. 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.

Однако текст рассматриваемой рекламы не содержит перевода слова «Чпо Ки» с японского языка на русский язык.

В указанной рекламной записи слово «Хочешь Чпо Ки?» может восприниматься как завуалированная форма нецензурного, непристойного слова, употребляемого в ненормативной лексике, что является нарушением части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Кроме того, при рассмотрении дела антимонопольным органом установлено, что решением Роспатента от 01.11.2019, оставленным без изменения решением Роспатента от 20.03.2020, обществу отказано в регистрации в качестве товарного знака словесного обозначение «Ебидоеби» по заявке № 2018750190 в связи с несоответствием заявленного обозначения требованиям подпункта 2 пункта 3 статьи 1483 ГК РФ.

Решением Суда по интеллектуальным правам от 21.09.2020 по делу № СИП-327/2020 отказано в удовлетворении заявления Зимена К.Ю. о признании недействительным решения Роспатента от 20.03.2020.

Управлением также установлено, что уведомлением о предварительном отказе от 26.04.2021 обществу полностью предварительно отказано в регистрации сертификата торговой марки «Ебидоеби». В качестве основания для отказа указано, в том числе, следующее: словесный элемент обозначения «Ебидоеби», заявленного на регистрацию товарного знака, не может быть зарегистрирован как товарный знак в связи с тем, что он имеет созвучие со словами ненормативной лексики, имеющими обценное содержание, а также противоречит общественным интересам и принципам морали.

В результате рассмотрения заявления Красноярское УФАС России пришло к выводу о том, что указанная Реклама содержит признаки нарушения требований части 6, 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». В связи с вышеизложенным Красноярское УФАС России приняло решение о возбуждении дела в отношении рекламодателя.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – 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.

Рассматриваемая Реклама содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования.

В соответствии с частью 6 статьи 5 Федерального 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.

Таким образом, данное положение Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

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.

Ненормативная лексика (нецензурные выражения, непечатная брань), иначе-обценная лексика - сегмент бранной лексики различных языков, включающий грубейшие бранные выражения, часто выражающие спонтанную речевую реакцию на неожиданную (обычно неприятную) ситуацию. Выделяются понятия ненормативной лексики и табуированной (обценной) лексики. Одной из разнеовидностей обценной лексики в русском языке является русский мат (наиболее грубая разновидность ненормативной лексики).

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).

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом, по мнению ФАС России, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества

людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

Кроме того, при решении вопроса о соответствии той или иной рекламной информации требованиям части 6 статьи 5 Закона о рекламе такую информацию следует оценивать в совокупности с обстоятельствами ее размещения (например, место расположения рекламной конструкции с учетом близости к учреждениям культуры, объектам культа, кладбищам и т.п.).

Из материалов дела следует, что спорная реклама сети доставки суши и роллов размещена в общедоступном месте, реклама доступна широкому кругу потребителей, в том числе и детям.

На основании изложенного Красноярское УФАС России установило, что Реклама содержит признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем Рекламы является ООО «Ёбидоёби».

По данному факту Красноярским УФАС России в отношении ООО «Ёбидоёби» 27.10.2022 было возбуждено дело № 024/05/5-2882/2022 по признакам нарушения требований, установленных частью 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» (далее – Дело).

Определение о возбуждении Дела (исх. № АО/17178/22 от 27.10.2022) было направлено в адрес ООО «Ёбидоёби» заказным письмом и вручено 03.11.2022 (почтовый идентификатор: 80104377014045).

Заседание Комиссии по рассмотрению дела было назначено на 23.11.2022 в 16:30, представитель ООО «Ёбидоёби» на рассмотрение Дела не явился, документы, запрошенные определением о возбуждении не предоставлены.

В адрес Красноярского УФАС России от ООО «Ёбидоёби» поступило ходатайство об отложении Дела (вх. № 21350-ЭП/22 от 23.11.2022).

На основании вышеизложенного, в соответствии с пунктом 32 Правил, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Ходатайство ООО «Ёбидоёби» удовлетворить.
2. Продлить срок рассмотрения Дела № 024/05/5-2882/2022 до 27 января 2023 года.

3. Рассмотрение дела № 024/05/5-2882/2022 отложить.

4. Назначить дело № 024/05/5-2882/2022 к рассмотрению на 19 января 2023 года в 16 часов 00 минут (время местное) по адресу: г. Красноярск, пр. Мира, 81 «Д», каб. № 6А.

5. ООО «Ёбидоёби» в срок до 16 января 2023 года представить в адрес Красноярского УФАС России заверенные надлежащим образом копии следующих документов и сведения:

– письменные пояснения по обстоятельствам рассматриваемого дела;

– договоров на распространение Рекламы с приложением копий актов приема-передачи и документов, подтверждающих оплату выполненных работ;

– согласованного макета рассматриваемой Рекламы;

– сведения об осуществлении ООО «Ёбидоёби» предпринимательской деятельности с использованием сайтов в сети Интернет (с указанием доменных имен), в том числе с использованием сайтов с доменным именем <https://yobidoyobi.ru> и страниц в социальных сетях, с приложением соответствующих документов;

– сведения о правообладателях доменного имени <https://yobidoyobi.ru/> (ФИО, паспортные данные, место жительства; ОГРН/ИНН юридического лица) с приложением подтверждающих документов;

– иных документов и сведений, имеющих, по мнению ООО «Ёбидоёби», отношение к обстоятельствам рассматриваемого дела.

Явка представителя ООО «Ёбидоёби» с документами, удостоверяющими личность и подтверждающими полномочия на участие в рассмотрении дела № 024/05/5-2882/2022 обязательна.

