

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 08-04-16/08

по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

14 марта 2016 года

г. Мурманск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области Попова Ирина Николаевна, ознакомившись с материалами дела, свидетельствующими о признаках нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (Далее - Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

02.02.2016 года на электронный адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области поступило обращение гражданина <...> по факту распространения 28.01.2016г. рекламы: «О...ЕННОЕ ТАКСИ* СКИДКИ!!! Тел. 25*00*25» на заднем стекле автомобиля «Renault Logan» государственный регистрационный номер <...>, с приложением фотографии.

Заявитель просит провести проверку по факту наличия возможных признаков ненадлежащей рекламы услуг такси.

В соответствии со статьей 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.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

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 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.

25.02.2016 при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области прошло заседания Экспертного совета по применению рекламного законодательства, где обсуждалась реклама: «О...ЕННОЕ ТАКСИ* СКИДКИ!!! Тел. 25*00*25», в первом слове которой часть букв заменена смайликами, что создает впечатление использования в рекламе бранного слова.

Экспертный совет единогласно определил, что информация, размещенная на стекле автомобиля, является рекламой, так как предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к такси «Такси 25-00-25», призвана формировать и поддерживать интерес к услугам такси «СКИДКИ!!!».

Члены экспертного совета акцентировали внимание, что данный рекламный продукт распространяется посредством наружной рекламы т.к. автомобиль курсирует по улицам города Мурманска. Поэтому рассмотрение данного материала производится с учетом его воздействия в условиях городской среды на неопределенный круг лиц, а не на конкретно целевую аудиторию потребителей данных услуг.

Уполномоченный по правам ребенка в Мурманской области Коган Б.С. обратил внимание экспертного совета, что первое слово в рекламной фразе не имеет существования в русском языке, что является нарушением Федерального закона N 53-ФЗ "О государственном языке Российской Федерации".

При использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации не допускается использование слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного, за исключением иностранных слов, не имеющих аналогов в русском языке (часть 6 статьи 1 Федерального закона N 53-ФЗ).

Исходя из требований части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Все члены экспертного совета единогласно поддержали высказанную позицию Коган Б.С. и признали, что рассматриваемая реклама нарушает часть 11 статьи 5 Закона о рекламе.

Следует отметить, что Мурманское УФАС России на своем сайте провело опрос общественного мнения: Содержит ли реклама такси бранное слово? Всего проголосовало 311 граждан, 165(53%) из которых считает, что в рассматриваемой рекламе присутствует бранное слово, 131(42%) не усматривает бранное слово, 15(5%) воздержались.

Этот же опрос был размещен одним из участников социальных сетей «ВКонтакте» (по собственной инициативе), где проголосовало 3593 гражданина, из которых дали положительный ответ 37,5%, отрицательный 50,4%, и воздержались 12,1%.

Экспертный совет акцентировал внимание на том, что в большинстве своем мнение граждан сводится к тому, что бранное слово присутствует в рекламе, даже то, что в социальных сетях свои голоса отдавали граждане различных возрастов, взглядов и статуса все же положительных голосов было достаточно много, хотя они

и не перевесили.

Доцент кафедры социальной психологии НОУ ВПО «Международный институт бизнес-образования», кандидат психологических наук Лихошва В.П. пояснила, что уязвимой группой при восприятии такой рекламы становятся подростки. В подростковом возрасте формируется момент оценки норм общественного поведения. Если не контролировать использование нецензурных слов или намёков, то у подрастающего поколения будет формироваться паттерн поведения, согласно которому использование нецензурной брани дозволительно, возможно и никак не порицается.

Совет пришёл к мнению, что в рекламе с учетом способа исполнения указанной информации (подмены букв смайликами), усматривается попытка использования нецензурной лексики. По мнению экспертного совета ничто не мешало рекламодателю написать полное слово в рекламе, если бы оно не вуалировало бранное слово.

Советом единогласно усматриваются признаки нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе, а именно использование в рекламе бранного слова.

Мурманское УФАС России в ходе рассмотрения обращения гражданина запросило информацию о лице заинтересованном в распространении рекламы. Согласно полученной информации от ООО «ПИК Треф», автомобиль «Renault Logan» государственный регистрационный номер <...> принадлежит гр. <...> (договор КП-В-105/7 от 29.07.2014).

Из Единого Государственного реестра юридических лиц ООО «Пик Треф» следует, что гр. <...> является единственным учредителем ООО «Пик Треф» и его директором. ООО «Пик Треф» осуществляет деятельность такси(Код 60.22), деятельность прочего сухопутного пассажирского транспорта. Указанный в рекламе телефонный номер <...> , по которому диспетчер такси «Треф» осуществляет прием заявок на обслуживание граждан по пассажирским перевозкам принадлежит ООО «ПикТреф».

Таким образом, на момент распространения рекламы 28.01.2016г. автомобиль «Renault Logan» государственный регистрационный номер <...> принадлежал директору ООО «Пик Треф» гр. <...> (ОГРН 1085190014920 от 20.11.2008г, ИНН 5190193050, юридический адрес: г. Мурманск, ул.Ломоносова, д.2, кв.34).

Исходя из совокупного анализа рекламы: «О...ЕННОЕ ТАКСИ* СКИДКИ!!! Тел. 25*00*25», с учетом мнения экспертного совета и опроса граждан, в действиях должностного лица директора ООО «Пик Треф» <...> усматриваются признаки нарушения части 11 статьи 5 и части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии со статьей 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение 6 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ несет рекламодатель – директор ООО «ПИК Треф» <...>.

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:

Возбудить производство по делу № 08-04-16/08 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Признать участвующим в деле лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе директора ООО «Пик Треф» <...> (ОГРН 1085190014920 от 20.11.2008г, ИНН 5190193050, юридический адрес: г. Мурманск, ул.Ломоносова, д.2, кв.34).

Назначить дело к рассмотрению на 14 апреля 2016 года в 10.00, по адресу: г. Мурманск, ул.Книповича, д.9а, кабинет заместителя руководителя управления Поповой И.Н.

Гр. <...> представить к 05 апреля 2016г в антимонопольный орган:

- копию устава ООО «Пик»Треф»;
- заявку на изготовление и размещение рекламы;
- согласованный макет рекламы;
- акт выполненных работ по изготовлению и размещению рекламы;
- мотивированные письменные объяснения по признакам нарушения рекламного законодательства;
- иные, имеющиеся документы, способствующие всестороннему рассмотрению дела.

Заместитель руководителя управления И.Н. Попова