

РЕШЕНИЕ

по делу № 034/05/5-740/2019

29 ноября 2019 года Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 29 ноября 2019 года

Решение изготовлено в полном объеме 13 декабря 2019 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – Н.И.Б. – заместитель руководителя Управления;

член комиссии – А.Е.В. – заместитель начальника отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы;

член Комиссии – В.Е.А. – главный специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы;

член Комиссии – К.Т.С. – ведущий специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 034/05/5-740/2019, возбужденное по признакам нарушения ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) в отношении ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» (309850, Белгородская обл., г. Алексеевка, ул. Фрунзе, дом 4, ОГРН: 1043106500601, ИНН: 3122503751),

УСТАНОВИЛА:

Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (ч. 1 ст. 33 Закона о рекламе).

В соответствии с п. 2 Положения о государственном надзоре в области рекламы, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 20.12.2012 № 1346 (далее - Положение) одним из инструментов выявления и фиксации фактов распространения рекламы, имеющей признаки ненадлежащей рекламы, является систематическое наблюдение за исполнением обязательных требований, анализа и прогнозирования состояния исполнения обязательных требований при осуществлении юридическими лицами деятельности в области рекламы.

Волгоградским УФАС России в рамках осуществления полномочий государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе в июле 2019 года было выявлено распространение на территории Волгограда рекламы кетчупа торговой марки «Слобода» следующего содержания»:

«Послать всех на...

ШАШЛЫК

Слабо? Да!?!» (см. акт мониторинга № 458-р от 03.07.2019).

Реклама размещалась на внешнем фасаде магазина «МАН», располагающегося напротив парка «Семейный» (мкр. 7 ветров) по адресу: Волгоград, ул 8-ой Воздушной Армии, 38А.

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.

Рассматриваемая реклама содержит признаки нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе в части использования недоговоренного бранного выражения.

Правилами рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее - Правила) предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе могут быть возбуждены антимонопольным органом по собственной инициативе при выявлении фактов, указывающих на признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также по представлению прокурора, обращению органа государственной власти или органа местного самоуправления, заявлению физического или юридического лица (п. 12 Правил).

Дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

В случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы (п.3, 4 Правил).

Для выяснения территории распространения рекламы Волгоградским УФАС был

направлен запрос в территориальные органы ФАС России о фактах распространения на подведомственной им территории такой рекламы, а также о наличии возбужденных по аналогичным обстоятельствам дел. Информация о возбуждении дел по аналогичным обстоятельствам территориальными органами ФАС России не представлена.

В целях установления рекламодателя указанной рекламы в адрес ООО «Лакки» (магазин «МАН») был направлен запрос о представлении информации, в ответ на который была направлена информация о том, что рекламодателем указанной рекламы выступило ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» (309850, Белгородская обл., г. Алексеевка, ул. Фрунзе, дом 4, ОГРН: 1043106500601, ИНН: 3122503751) (вх. № 6917 от 19.07.2019).

Таким образом, по полученной информации рекламодателем рассматриваемой рекламы выступило ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» (309850, Белгородская обл., г. Алексеевка, ул. Фрунзе, дом 4, ОГРН: 1043106500601, ИНН: 3122503751).

Определением от 26 июля 2019 года в отношении ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» было возбуждено производство по делу № 034/05/5-740/2019 по признакам нарушения ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

На заседание Комиссии 23.08.2019 ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» представило устные и письменные пояснения, согласно которым Общество не согласно с выводами Комиссии о наличии в рассматриваемой рекламе бранных слов, поскольку указанный текст рекламы не содержит бранных слов и не привлекает внимание потребителя к данному выражению.

ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» пояснило также, что спорная фраза в рассматриваемой рекламе имеет меньший шрифт, чем остальные слова: слово «шашлык» написано большим шрифтом, фраза «Слабо? Да!?» еще большим, поскольку целью распространения рекламы было привлечение внимания потребителей к фразе «Слабо? Да!?» для участия в публичном конкурсе под названием «Слабо, да?», который проходит в период с 26.06.2019 по 30.09.2019 (<http://sloboda.ru/akcii/>).

Обществом было отмечено, что после возбуждения настоящего дела ООО ЭУ «Воронежский центр судебной экспертизы» (ОГРН: 1033600030606, ИНН: 3665039483) по заказу ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» была проведена лингвистическая экспертиза выражения «послать всех на ...шашлык Слабо? Да!?» на предмет пропуска в нем бранного слова.

Результаты исследования отражены в экспертном исследовании № 546/19 от 16 августа 2019 года, приобщено к материалам дела.

Производство экспертизы было поручено К. Г.П. На экспертное исследование был представлен плакат (макет рекламы с текстом «Весна пришла Послать всех на... шашлык Слабо? Да!?» и определение о возбуждении дела № 034/05/5-740/2019).

Целью исследования явилось разъяснение высказывания «послать всех на... шашлык. Слабо. Да?!», а также отнесение фразы «послать всех на...» к устойчивому выражению, где многоточие воспринимается как опущенное бранное слово.

Экспертом было указано на то, что многоточие во фразе «послать всех на...»

обозначает незаконченность высказывания, передает интонацию размышления.

С точки зрения эмоционально-семантического анализа выражение «послать всех на...» характеризуется как отрицательно-эмоциональное. Если оскорбительное по содержанию выражение имеет литературную или разговорную форму выражения, эта форма не может быть признана неприличной, она остается в разряде нормативной лексики.

Вывод экспертизы заключается в том, что поскольку многоточие во фразе «послать всех на...» обозначает незаконченность высказывания, передает интонацию размышления, фраза: «Весна пришла, послать всех на... шашлык...» имеет разговорную литературную форму, во фразе отсутствует ненормативная лексика, высказывание не является неприличным, а вопрос о восприятии человеком данной фразы – сугубо индивидуальный, поэтому говорить о данной фразе как об устойчивом бранном выражении – грубейшая ошибка.

Также ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» было пояснено, что необходимость разделять текст на три разные строчки и употребление троеточия было обусловлено желанием сделать акцент на ключевых словах «кетчуп», «шашлык», а также на изображении галстука на рассматриваемой рекламе. И в случае, если бы текст рекламы был бы написан в одну строчку, смысл рекламируемого товара (кетчупа) потерялся бы.

Помимо этого, ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» устно уточнило, что не обладает информацией относительно расхождения содержания согласованного макета рекламы, где присутствует также фраза «весна пришла» с непосредственно распространяемой рассматриваемой в деле рекламой.

ООО «Лакки» на заседании Комиссии устно и письменно пояснили, что не могут обосновать пропуск слова в рассматриваемой рекламе, поскольку не принимали участия в согласовании макета, а непосредственно размещение рекламы осуществляло ООО «МХ» на основании представленного ООО «Лакки» договора на предоставление рекламных площадей от 01 марта 2019 года.

Согласно п. 5 Приложения № 2 к вышеуказанному договору рекламные материалы, планируемые к размещению, ООО «МХ» согласовывает с ООО «Лакки» путем направления макетов рекламных материалов или информации о них ООО «Лакки» на адрес электронной почты, указанный в реквизитах к данному договору.

С учетом данного обстоятельства, Комиссия приходит к выводу, что ООО «Лакки» и ООО «МХ» в рассматриваемом случае выступили в качестве рекламораспространителей.

В связи с необходимостью получения информации от ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» о территории и периоде распространения рассматриваемой рекламы кетчупа, а также в целях оценки рассматриваемой рекламы на заседании Экспертного совета по применению законодательства о рекламе Волгоградского УФАС рассмотрение дела было отложено на 25.10.2019.

В ответ на определение ООО «МХ» поступили письменные пояснения по делу, согласно которым ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» на основании договора от 11 июня 2019 года, заключенного с ООО «МХ», разместило рекламные материалы на

наружных рекламных конструкциях ООО «Лакки».

Согласно п. 2.1 указанного договора рекламные материалы, размещаемые ООО «МХ», изготавливаются ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» самостоятельно или с привлечением 3-х лиц за свой счет. Обязательным условием заключения указанного договора является предоставление заказчиком (ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад») рекламных материалов, соответствующих требованиям законодательства РФ. Согласование макета рассматриваемой рекламы по данному договору не предусмотрено. (вх. № 9093 от 19.09.2019)

ООО «Лакки» в ответ на определение об отложении и продлении срока рассмотрения дела представило письменную информацию, согласно которой макет рекламы кетчупа «Слобода» с ООО «Лакки» не согласовывался.

На заседании Комиссии представители ООО «Лакки», ООО «МХ» пояснили, что не располагают информацией о распространении указанной рекламы на территории других субъектов РФ.

Представитель ООО «МХ» пояснил, что ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» самостоятельно изготавливали и монтировали рекламные материалы. ООО «МХ» лишь предоставило на их размещение на магазине «МАН». Помимо этого ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» на основании п. 2.2 договора, заключенного между ООО «МХ» и ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» взяли на себя всю ответственность перед 3-ми лицами и органами государственной и муниципальной власти, в том числе за соблюдение требований рекламного и иного законодательства.

В связи с необходимостью получения оценки экспертов Экспертного совета по применению законодательства о рекламе на предмет использования непристойного выражения в заседании Комиссии был объявлен перерыв до 30 октября 2019 года.

Вопрос об оценке рассматриваемой рекламы был включен в повестку заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе Волгоградского УФАС, прошедшего 25.10.2019.

Для оценки членам Совета было представлено два фото рекламы кетчупа «Слобода» с использованием фраз: I) «Послать всех на... шашлык. Слабо? Да!?» и II) «Весна пришла. Послать всех на... шашлык. Слабо? Да!?».

После просмотра данной рекламы членам Экспертного совета было предложено предварительно обсудить её.

При обсуждении спорной рекламы были высказаны следующие мнения:

- Большинство членов Экспертного совета высказали точку зрения, согласно которой в данной рекламе используется устойчивое бранное выражение, которое имеет свое предельно понятное и считываемое значение. Реклама по своему однозначному намеку на устойчивое матерное выражение похожа на рекламу с комаром.
- Один из членов совета высказал мнение, что выражение «послать всех на», «послать на» само по себе уже является устойчивым бранным выражением, даже в отсутствии последнего опущенного матерного слова.

- Высказано мнение, что выражение «послать всех на...» является сильной позицией в тексте рекламы, на него ставится логическое ударение.

- Также некоторые из членов Совета отметили, что в рассматриваемой рекламе шашлыка не видно, а изображение висящих на ветках галстук и рубашке придает дополнительный непристойный смысл фразе «послать всех на...». Один из членов Экспертного совета при этом отметил, что хорошо, что на ветках не изображено мужское нижнее белье.

Далее членам Экспертного совета было предложено обсудить эту же рекламу, но в сочетании с фразой «Весна пришла». Все члены Экспертного совета указали на то, что оба варианта рекламы воспринимаются одинаково непристойно, при этом за счет слов «Весна пришла» еще более усиливается акцент на бранном выражении «послать всех на...» за счет рифмы («Весна пришла, послать всех на ...»).

После обсуждения на открытое голосование поставлены идентичные вопросы по двум вариантам рекламы:

1. Подразумевается/используется ли в указанной рекламе бранное выражение?
2. Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с нормами морали и нравственности размещение в рекламе такого выражения, которое было использовано в рассматриваемой рекламе?

Результаты голосования по обоим вариантам рекламы распределились следующим образом:

1 вопрос: Подразумевается/используется ли в указанной рекламе бранное выражение?

9 голосов - да;

0 голосов – нет;

0 голосов – затрудняюсь ответить.

2 вопрос: Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с нормами морали и нравственности размещение в рекламе такого выражения, которое было использовано в рассматриваемой рекламе?

0 голосов - да;

9 голосов – нет;

0 голосов – затрудняюсь ответить.

По результатам голосования по указанным в повестке вопросам члена Экспертного совета единогласно решили признать, что в представленной рекламе используется бранное выражение, признать, что размещение в рекламе использованного выражения не допустимо с точки зрения действующих норм морали и нравственности.

К материалам дела № 034/05/5-740/2019 приобщен протокол указанного заседания

Экспертного совета.

На заседание Комиссии 29.11.2019 ООО «МХ», ООО «Лакки», ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» не явились. От ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» поступили письменные пояснения по делу, согласно которым рассматриваемая реклама по данному делу распространялась на территории тринадцати субъектов РФ в разные периоды, общей сложностью с июня 2019 года по конец сентября 2019 года.

В случае если до возбуждения дела или в ходе его рассмотрения будет установлено, что реклама, содержащая признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, распространяется на территории, подведомственной двум и более территориальным органам Федеральной антимонопольной службы, выявивший такое нарушение территориальный орган Федеральной антимонопольной службы передает материалы, свидетельствующие о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе, или дело в территориальный орган Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, либо ходатайствует перед Федеральной антимонопольной службой о наделении его полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела.

Федеральная антимонопольная служба вправе поручить своему территориальному органу возбудить и (или) рассмотреть возбужденное дело по ходатайству своего территориального органа или по собственной инициативе независимо от места нахождения (места жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, или места распространения рекламы (п.5, 6 Правил).

В материалы дела приобщено письмо ФАС России (исх. № ДФ/97688/19 от 08.11.2019) о наделении Волгоградского УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению настоящего дела по ходатайству Волгоградского УФАС России.

Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, а также оценив устные и письменные пояснения лиц, участвующих в деле, установила следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе рекламой признается 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 информация, размещенная на наружной конструкции, является рекламой, т.к.:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- распространяется посредством наружного рекламного баннера;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования выступает кетчуп торговой марки «Слобода».

Исходя из положений 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.

Согласно позиции ФАС России, изложенной в письме от 29.04.2013 АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 Закона о рекламе (далее- письмо ФАС России), к бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления.

В соответствии с ч. 6 ст. 1 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» 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.

Кроме того, согласно вышеуказанного письма ФАС России 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 культуры, кладбищам и т.п.).

Комиссия оценив текст рекламы усматривает, что фраза «послать всех на ... », воспринимается как недоговоренное устойчивое бранное выражением. Не недоговоренность указывает многоточие, которое воспринимается как опущенное бранное слово. Комиссия соглашается с выводами Экспертного совета о том, что несмотря на недоговоренность выражения фраза однозначно воспринимается именно как известное матерное выражение.

Оценив обстоятельства размещения рекламы, комиссия также отмечает, что реклама кетчупа торговой марки «Слобода» размещалась наружно на фасаде сетевого магазина «МАН» напротив парка Семейный в Дзержинском районе города Волгограда, что говорит о прохождении рядом большого количества людей, в том числе детей, которые могли видеть данную рекламную информацию.

Русский мат (матерный язык, матерная ругань, матерщина) — в русском и близких к нему языках, бранные слова и выражения, употребление которых не допускается общественной моралью, предназначенные преимущественно для оскорбления адресата или отрицательных оценок людей и явлений, наиболее грубая, обценная разновидность ненормативной лексики (статья «Русский мат» из свободной энциклопедии Википедии (адрес в сети Интернет <https://ru.wikipedia.org/wiki>).

В толком словаре С.И. Ожегова значение слова «послать» обозначается как «ПОСЛАТЬ, пошлю, пошлешь; посланный; сов. 1. кого (что). Отправить с каким-

нибудь поручением, направить куда-нибудь; 2. кого (что), в сочетании с некоторыми бранными словами, а также со словами «куда подальше»: обругать, чтобы не приставал, отвязался (к черту. Пошли ты его (куда) подальше!)» (Толковый словарь Ожегова: <https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=22886>).

Восприятие рассматриваемого выражения рассматривается в качестве примера обценного выражения собственно ругательства в работе Ю. И. Левина «Об обценных выражениях русского языка» (см. Левин Ю. И. Избранные труды. Поэтика. Семиотика. — М., 1998. — С. 809—819. (страница в сети Интернет <http://www.philology.ru/linguistics2/levin-98.htm>), в котором указано, что посылки («пошёл на/в ...») выражают отстранение говорящего от адресата (которым может быть собеседник или третье лицо). Посылки в адрес третьих лиц, а также типа «а ну на х...» слабее по выразительности и сближаются с выражениями безразличия».

В рассматриваемых рекламах фраза «послать всех на...» визуально выделена. Расположена вверху, по центру, между изображением упаковки рекламируемого кетчупа с одной стороны и галстуком и рубашкой с другой. При этом в рекламе с текстом «Послать всех на... шашлык Слабо? Да!?» фраза «послать всех на...» размещена над веткой дерева, которая дополнительно как бы подчеркивает ее.

Дополнительный акцент на фразу «Послать всех на...» делается за счет использования троеточия после предлога «на».

На представленном рекламодателем макете рекламы содержится текст: «Весна пришла Послать всех на... шашлык Слабо? Да!?». Комиссия соглашается с выводами Экспертного совета относительно того, что включение фразы «весна пришла» в текст рекламы не устраняет намек на непристойное выражение, а напротив, еще более усиливает выражение «послать всех на...» за счет рифмы («Весна пришла, послать всех на ...»).

Кроме того, образ висящего на ветке дерева галстука и мужской рубашки дополнительно придает рассматриваемой рекламе непристойный контекст.

Члены Комиссии оценив рассматриваемую рекламу, пришли к выводу, что в ней, в нарушение общепринятых норм общественной морали, используется устойчивое бранное (нецензурное, непристойное) выражение «пошел на/в...» в форме «послать всех на...». Непристойное выражения использовано в рекламе для привлечения внимания потребителей к объекту рекламирования, его продвижение на рынке достигается недопустимым с точки зрения рекламного законодательства методом.

Комиссией проанализировано экспертное исследование № 546/19 от 16 августа 2019 года, представленное в материалы дела рекламодателем. Комиссия не соглашается с выводами данного исследования в виду следующего.

В лингвистическом исследовании приводится перечень случаев, когда ставится знак многоточия в предложении, среди которых выделены случаи как - обозначения незаконченности высказывания, вызванной различными причинами; случаи перечисления слов с нераскрытым содержанием и др.

В исследовании содержится вывод о том, что многоточие во фразе «послать всех на...» обозначает незаконченность высказывания, передает интонацию

размышления. Комиссия соглашается с тем, что рассматриваемая фраза обозначает незаконченность высказывания, однако вызвана данная речевая конструкция не передачей интонации размышления, а именно пропуском, недоговоренностью бранного слова.

Кроме того, экспертом обращается внимание на то, что вопрос восприятия рассматриваемой фразы сугубо индивидуальный, поэтому говорить о данной фразе как об устойчивом бранном выражении – грубейшая ошибка.

Комиссия не соглашается с данными выводами исследования и отмечает следующее. Безусловно, восприятие, понимание фразы «послать всех на...» является для каждого человека в отдельности индивидуальным и субъективным, но в основном рассматриваемое словосочетание будет считываться/восприниматься именно как бранное выражением, которое имеет известный и устоявшийся смысл.

При этом Комиссия отмечает, что различного рода экспертизы, опросы носят для Комиссии по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе рекомендательный характер и не могут применяться в качестве единственного доказательства по делу. В рассматриваемом деле экспертное исследование, представленное рекламодателем не выступает как единственное доказательство по делу.

Согласно Положению об Экспертном совете по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области, утвержденному приказом Волгоградского УФАС России № 64 от 17.05.2017г (с изменениями внесенными приказами № 142 от 19.09.2017г., № 100 от 26.07.2018, № 136 от 10.09.2019) Экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Волгоградском УФАС России). Его решения имеют рекомендательный характер и учитываются Управлением при принятии решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации. Решения принимаются большинством голосов.

Члены Экспертного совета на заседании 25.10.2019 единогласно решили, что в представленной рекламе используется бранное выражение, и признали, что размещение в рекламе использованного выражения не допустимо с точки зрения действующих нормам морали и нравственности.

В связи с вышеизложенным, а также с учетом мнения членов Совета относительно рассматриваемой рекламы, Комиссия приходит к выводу, что в рассматриваемая в деле наружная реклама кетчупа торговой марки «Слобода» содержит бранное выражение и нарушает требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно представленной рекламодателем информации относительно периодов и территории распространения рассматриваемой рекламы кетчупа, установлено, что распространение данной рекламы осуществлялось на территории несколько субъектов РФ (13) в один временной промежуток (начало лета 2019 по вторую половину сентября 2019). При этом весной (несмотря на наличие фразы из текста рекламы: «Весна пришла») указанная реклама не распространялась.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушения требований, установленных ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель, которым в рассматриваемом случае выступило ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» (309850, Белгородская обл., г. Алексеевка, ул. Фрунзе, дом 4, ОГРН: 1043106500601, ИНН: 3122503751).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закон о рекламе и в соответствии с п. 37-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу с текстом: *«Весна пришла Послать всех на... шашлык Слабо? Да!?»* в ряде регионов Российской Федерации (в т.ч. в Белгородской, Липецкой, Воронежской, Новосибирской, Орловской, Ростовской областях) в период с июня 2019 года до момента вынесения решения по данному делу, а также рекламу с текстом *«Послать всех на... шашлык Слабо? Да!?»*, распространяемую, в том числе в период с июня по сентябрь 2019 года в форме баннера, расположенного на внешнем фасаде магазина «МАН», располагающегося по адресу: Волгоград, ул. 8-ой Воздушной Армии, 38А, ненадлежащей нарушающей требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» (309850, Белгородская обл., г. Алексеевка, ул. Фрунзе, дом 4, ОГРН: 1043106500601, ИНН: 3122503751) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для принятия решения о возбуждении административного производства по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «КРЦ «ЭФКО-Каскад» (309850, Белгородская обл., г. Алексеевка, ул. Фрунзе, дом 4, ОГРН: 1043106500601, ИНН: 3122503751).

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.