

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> – <...>, рассмотрев материалы дела в отношении ИП Юдина Игната Васильевича по факту размещения рекламы с текстом: «<...>», в поисковой системе Яндекс, что имеет признаки нарушения части 6 статьи Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

В ходе проведения государственного надзора в сфере рекламы Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения рекламы с текстом: «<...>», в поисковой системе Яндекс, что имеет признаки нарушения Закона «О рекламе».

Фотоизображения Рекламного объявления представлено ниже:

Рис. 1

<...>

<...>

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — 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.

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.

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

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, по мнению специалистов ФАС России, могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления.

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.

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.

Также, согласно официальным разъяснениям Роскомнадзора, размещенным на сайте <https://16.rkn.gov.ru/directions/mass-communications/control-nadzor-smi/spravka/p15638/> : «При этом не относятся к нецензурным словам и выражениям неприличные и грубо-просторечные слова и содержащие их выражения. Вместе с тем, использование таких слов и выражений в средствах массовой информации также недопустимо в соответствии с требованиями Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации».

Так, согласно словарю Ожегова: <...>, -ф (-у), муж. <...>, а также <...>е.

Очевидно, что использование слова «<...>» рекламодателем не означает, что <...>сделан из <...>или обладает какими-либо его качествами. Следовательно, рекламодатель использовал другой смысл.

Слова, производные от слова «<...>», употребляются в речи в качестве ругательных, являются грубыми, непристойными и не применяются в обычной речи. Подтверждением данного утверждения является то, что слова «<...>», «<...>» и прочие выражения, не употребляются в рабочей сфере, в нормативно-правовых актах, не используются при детях, в переговорах, их неприемлемо использовать учителям при общении с детьми, продавцам при общении с покупателями (купите эту «<...>» звучит очень грубо), врачами во время приема и в любой другой сфере деятельности, которая не предполагает использование жаргонизмов и эвфемизмов.

Таким образом, слово «<...>» в данном контексте является неуместным и могло быть заменено любым другим цензурным синонимом (отличный, прекрасный, качественный, красивый).

Также на заседании Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и антимонопольного законодательства при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан от 11.06.2020 было установлено, что реклама с текстом: «<...>» содержит бранные слова, чем нарушает часть 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Из положения части 7 статьи 38 Федерального Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 20 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, то есть ИП Юдин Игнат Васильевич.

В связи с тем, что ИП Юдин Игнат Васильевич зарегистрирован на территории Республики Татарстан и могла распространяться в других субъектах Российской Федерации, Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике

Татарстан, на основании пункта 3.34 приказа ФАС России от 23.11.2012г. № 711/12 «Об утверждении Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» и в соответствии с пунктом 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, были получены полномочия (№ДФ/66085/20 от 04.08.2020г.) по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ИП Юдина Игната Васильевича, <...>

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона о рекламе, а также в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу №016/05/5 - 1084/2020 по признакам нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе, выразившихся в размещении рекламы с текстом: «<...>», в поисковой системе Яндекс.

2. Назначить дело №016/05/5 - 1084/2020 к рассмотрению на 02 сентября 2020 в 14 час. 00 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д. 55, кабинет 217 (зал заседаний).

3. Признать лицом, участвующим в деле, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - ИП Юдина Игната Васильевича.

4. ИП Юдину Игнату Васильевичу в течение трех дней с момента получения настоящего запроса представить в Татарстанское УФАС России надлежащим образом заверенные копии следующих документов и материалов (на электронную почту to16@fas.gov.ru с дублированием <...>) согласно следующему перечню:

документы, подтверждающие личность (паспорт);

информация о рабочей деятельности ИП Юдина Игната Васильевича.

договоры на изготовление и размещение рекламной вывески с текстом: «<...>»;

информация об изготовителе вышеуказанной рекламной вывески;

копии договоров на изготовление, размещение вышеуказанной рекламной вывески, с приложением документов, подтверждающих исполнение указанного договора (акт выполненных работ, счет на оплату, платежное поручение);

сведения о лице, утвердившем указанную рекламную вывеску, письменные пояснения данного лица;

иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование.

В случае если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно,

согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт административную ответственность, предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка ИП Юдина Игната Васильевича в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

ВНИМАНИЕ: В целях предотвращения угрозы распространения вируса COVID-19 (коронавирус) Управление рекомендует представлять свои интересы путем направления письменных пояснений, без непосредственного присутствия (по возможности) на заседании. В случае принятия решения о явке на заседание Комиссии просим обязательно обеспечить меры предосторожности и на заседании использовать медицинскую маску (иные средства защиты).

<...>