

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

### о назначении административного наказания

### по делу №06-09/222-13

19 августа 2013г.

г.Томск

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области Бут.льевич, рассмотрев протокол от 05.08.2013г. и материалы дела №06-09/222-13 об административном правонарушении, возбужденного в отношении общества с ограниченной ответственностью «Северная Корона», без участия законного представителя, уведомленного в установленном порядке, в присутствии защитника юридического лица К., на основании доверенности б/н от 08.02.2013,

### УСТАНОВИЛ:

Общество с ограниченной ответственностью «Северная Корона» допустило нарушение, предусмотренное ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, выразившееся в распространении 18 апреля 2013г. в г.Томске на улице Смирнова, вблизи здания по адресу ул. Смирнова, 5 рекламы следующего содержания: «Обана! Цены снижены! На мебель Акция действует с 05.04.2013г. по 30.06.2013г. Томск, пр.Мира, 46, 4 этаж, т.:8(3822)72-58-72 Громада Мебельный салон», с нарушением чч.6, 11 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Факт распространения указанной рекламы подтверждается материалами дела №06-11/35-13 о нарушении законодательства о рекламе, в том числе, зафиксирован в акте осмотра наружной рекламы от 18.04.2013г., составленном должностными лицами Томского УФАС России с участием двух незаинтересованных лиц.

В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (ст. 3) 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; объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица

и (или) товара, 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.

Рассматриваемая информация, распространяемая в г.Томске на улице Смирнова, вблизи здания ул.Смирнова, 5 следующего содержания: «Обана! Цены снижены! На мебель Акция действует с 05.04.2013г. по 30.06.2013г. Томск, пр.Мира, 46, 4 этаж, т.: 8 (3822) 72-58-72 Громада Мебельный салон», адресована неопределенному кругу лиц, по своему содержанию направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к мебельному салону «Громада», акции, проводимой в мебельном салоне, то есть содержит все признаки рекламы, закрепленные в пункте 1 статьи 3 Закона № 38-ФЗ, следовательно, является рекламой.

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.

Согласно разъяснениям ФАС России №АК/41964 от 29.11.2010, часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе следующие виды информации: 1) бранные слова; 2) непристойные образы, сравнения, выражения; 3) оскорбительные образы, сравнения, выражения.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам 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 модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

К оскорбительным образам, сравнениям, выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, понижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Отнесение используемых в рекламе изображений, слов и иных образов к бранным, оскорбительным и непристойным носит субъективно-оценочный характер.

Учитывая изложенное, на стадии рассмотрения дела №06-11/35-13 о нарушении законодательства о рекламе, указанная реклама была вынесена на обсуждение и оценку Экспертного Совета по рекламе, действующего при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Томской области.

Перед Экспертным советом по рекламе при Томском УФАС России был поставлен следующий вопрос: Используется ли в рекламе акции мебельного салона «Громада»: «Обана! Цены снижены!...» бранное слово?

Большинством голосов членов Экспертного совета по рекламе, действующего при Томском УФАС России, на заседании 30 мая 2013г. указанная реклама оценена как содержащая бранное слово (по результатам голосования на поставленный вопрос ответили «да» - 12 чел., ответили «нет» - 1 чел.).

Кроме того, согласно лингвистической оценке текста рекламы мебельного салона, проведенной специалистом кафедры русского языка филологического факультете Томского государственного университета, в слове «Обана» использован графический символ, которого не существует в алфавите русского языка, в данном символе объединены элементы двух русских букв «о» и «ё», на букву «о» указывает основанная часть графического символа, на букву «ё» точки сверху. Поскольку две точки над графическим символом в русском алфавите имеет только одна буква, а написание в целом символов «ö» и «ё» схожи, именно с буквой «ё» в восприятии читателя может связываться символ, использованный в тексте рекламы. При оценке текста рекламы с точки зрения использования в нем средств иностранных языков, указывается, что буква «ö» (о-умлаут) применяется в ряде языков (немецком, финском, эстонском, удмуртском, алтайском, и т.д.). Данная буква в различных языках в общем виде произносится как звук, близкий к звуку, обозначаемому русским «ё». На основании изложенного специалистом был сделан вывод, что слово «Обана» в тексте рекламы акции мебельного салона потенциально может быть воспринято читателем как бранное слово.

Также, в представленных материалах содержится областная еженедельная газета «Томские Новости» №17 (680) 02.05.2013г., на странице 7 указанного печатного средства массовой информации, в рубрике «Гайд-парк Говорим о том, что думает» размещена статья из содержания которой следует, что потребителями рекламы, используемое в содержании рекламы слово «Обана» воспринимается как матерное, бранное слово.

Других значений данного слова в ходе рассмотрения дела №06-11/35-13 о нарушении законодательства о рекламе Комиссией антимонопольного органа не установлено, в Толковом словаре русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой (4-е издание, дополненное, Москва, 2001), в Большом толковом словаре русского языка под ред. С.А. Кузнецова. (СПб, 1998) указанное слово отсутствует.

При таких обстоятельствах, Комиссия Томского УФАС России при рассмотрении дела №06-11/35-13 о нарушении законодательства о рекламе пришла к выводу, что в рассматриваемом случае Общество использовало прием ассоциативной связи, то есть применило бранное слово в конструкции лексического значения. Поскольку, используемый в начале слова символ не существует в алфавите русского языка и графическое исполнение данного символа, в том числе, с использованием двух точек, схоже с написанием исключительно одной буквы русского алфавита – буквы «ё», в связи с чем, используемое в рекламе слово «Обана» воспринимается потребителями рекламы как бранное слово (обсценонизм). Кроме того, в случае восприятия используемого в начале слова «Обана» символа в качестве буквы иностранного алфавита «ö» (о-умлаут) произношение, транскрипция данной буквы сходны со звуком русской буквы «ё». Таким образом, слово «Обана» на русском языке воспринимается как бранное слово.

Кроме того, в соответствии с частью 11 статьи 5 Федерального 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.

В соответствии с Конституцией Российской Федерации государственным языком Российской Федерации на всей ее территории является русский язык (ч. 1 ст. 1 Федерального закона от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации»).

Согласно части 6 статьи 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, за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

В соответствии с пунктом 10 части 1 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

При использовании русского языка в качестве государственного следует руководствоваться нормами современного русского литературного языка, правилами русской орфографии и пунктуации, порядок утверждения которых, согласно ч. 3 ст. 1 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» определяется Правительством РФ.

Во исполнение данной нормы издано постановление Правительства РФ от 23.11.2006 №714 «О порядке утверждения норм современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации, правил русской орфографии и пунктуации». Данным документом в частности предусмотрено, что под нормами современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка РФ понимается совокупность языковых средств и правил их употребления в сферах использования русского языка как государственного языка РФ.

Указанная реклама содержит слово «Обана», заглавная буква которого «О» отсутствует в русском алфавите, указанное слово не соответствует действующим «Правилам русской орфографии и пунктуации» (утв. АН СССР, Минвузом СССР, Минпросом РСФСР 1956), а также отсутствует как слово русского языка в содержании грамматик, словарей и справочников, входящих в «Список грамматик, словарей и справочников, содержащих нормы современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации» (утвержден Приказом Минобрнауки РФ от 08.06.2009 №195).

С учетом вышеизложенного, решением Комиссии Томского УФАС России по делу №06-11/35-13 от 10.07.2013г. указанная реклама: «Обана! Цены снижены! На мебель Акция действует с 05.04.2013г. по 30.06.2013г. Томск, пр.Мира, 46, 4 этаж, т.: 8 (3822) 72-58-72 Громада Мебельный салон», распространяемая в г.Томске на улице Смирнова, вблизи здания ул. Смирнова, 5, признана ненадлежащей, поскольку рекламный текст, размещенный наружным способом, содержит бранное слово «Обана». Кроме того, содержащееся в рассматриваемой рекламе слово «Обана» не соответствует требованиям законодательства РФ о государственном языке, в

связи с чем, рассматриваемая реклама нарушает части 6, 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

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

В соответствии с ч.4 ст.38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно ч.6 ст. 38 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч.6 ст.5 указанного Закона несет рекламодаделец.

Рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является общество с ограниченной ответственностью «Северная Корона», что подтверждается решением по делу №06-11/35-13 о нарушении законодательства о рекламе, договором аренды от 28.01.2013г. с приложениями от 23.01.2013, 28.01.2013, платежным поручением №202 от 13.06.2013, договором №494 об оказании услуг, договором безвозмездного пользования от 27.01.2012, распечаткой электронной переписки, письменными пояснениями от 04.06.2013 ИП У., письменными пояснениями ООО «Северная Корона», устными пояснениями ИП У., устными пояснениями представителя ООО «Северная Корона» (протоколы заседания Комиссии).

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение законодательства о рекламе рекламодаделец, рекламопроизводитель или рекламодатель несут административную ответственность.

В связи с вышеуказанным, 05.08.2013г. в отношении общества с ограниченной ответственностью «Северная Корона» составлен протокол об административном правонарушении, возбуждено административное дело №06-09/222-13 по ч.1 ст.14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

При составлении протокола об административном правонарушении и при рассмотрении дела об административном правонарушении защитник ООО «Северная Корона» К. пояснила, что в рекламе мебельного салона «Громеда» бранное слово не используется, вместе с тем, реклама перестала распространяться, Обществом предприняты меры для недопущения распространения рекламы аналогичного содержания в будущем.

Заместитель руководителя Томского УФАС России, рассмотрев материалы дела и оценив собранные по делу доказательства, считает их достаточными и находит вину общества с ограниченной ответственностью «Северная Корона» доказанной, а действия общества верно квалифицированными по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение законодательства о рекламе.

В соответствии со статьей 1.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях

лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Согласно статье 2.1. Кодекса РФ об административных правонарушениях административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

ООО «Северная Корона» является рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы и, выступая субъектом общественных отношений, в том числе, осуществляя деятельность, подпадающую под регулирование Федерального закона «О рекламе», а также, будучи обязанным выполнять установленные данным законом требования к содержанию размещаемой рекламы, при наличии возможности не нарушать требования законодательства о рекламе, не приняло всех необходимых и достаточных мер для соблюдения установленных требований и допустило размещение рекламы мебельного салона, не соответствующей требованиям законодательства.

Объектом правонарушения являются общественные отношения, охраняемые Федеральным законом «О рекламе».

Объективная сторона совершенного административного правонарушения выражается в распространении 18 апреля 2013г. в г.Томске рекламы мебельного салона «Громада» с нарушением частей 6, 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»

Субъект административного правонарушения - юридическое лицо Общество с ограниченной ответственностью «Северная Корона».

Субъективная сторона совершенного административного правонарушения - при наличии возможности, юридическим лицом не приняты меры, направленные на соблюдение требований Федерального закона «О рекламе».

Заместитель руководителя Томского УФАС России отклоняет довод защитника ООО «Северная Корона» о необходимости привлечения к административной ответственности должностного лица Общества, без привлечения к административной ответственности юридического лица. Поскольку, как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в [пункте 15](#) Постановление от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях» в соответствии с [частью 3 статьи 2.1](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в случае совершения юридическим лицом административного правонарушения и выявления конкретных должностных лиц, по вине которых оно было совершено ([статья 2.4](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях), допускается привлечение к административной ответственности по одной и той же норме как юридического лица, так и указанных должностных лиц.

Юридическое лицо должно организовать и контролировать работу своих сотрудников таким образом, чтобы исключить возможность нарушения ими

требований законодательства о рекламе при определении объекта рекламирования и содержания рекламы, при распространении рекламы.

Доказательств принятия ООО «Северная Корона» своевременно всех зависящих от него мер по соблюдению требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», или наличия обстоятельств, объективно препятствовавших этому, в материалы дела не представлено.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания юридическому лицу, заместитель руководителя Томского УФАС России, согласно части 3 статьи 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, учитывает характер совершенного им административного правонарушения, имущественное и финансовое положение юридического лица, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Совершенное ООО «Северная Корона» правонарушение представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям и не является малозначительным, так как имело место распространение ненадлежащей рекламы, содержащей бранное слово. Такая реклама нарушает права граждан на получение добросовестной, надлежащей рекламы и может иметь негативное воздействие на потребителей рекламы, в том числе, несовершеннолетних, кроме того, такая реклама способна оскорбить потребителей рекламы и вызвать негативный оттенок, непристойные ассоциации. Существенная угроза охраняемым общественным отношениям заключается в данном случае не в наступлении каких-либо материальных последствий, а в пренебрежительном отношении юридического лица к исполнению своих обязанностей в сфере соблюдения правил, предусмотренных законодательством о рекламе. Нарушение имеет повышенную степень общественной опасности (исходя из характера нарушения, значительной санкции ч.1 ст.14.3 КоАП РФ).

В соответствии со ст. 4.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях, в которой приведен открытый перечень обстоятельств, смягчающих административную ответственность, смягчающим обстоятельством признается совершение административного правонарушения впервые, устранение нарушения на момент рассмотрения дела об административном правонарушении.

В соответствии со ст.4.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях отягчающих обстоятельств по делу не установлено.

В связи с изложенным, представляется возможным назначить административное наказание в пределах минимальной санкции, предусмотренной ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь ст.ст.23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Общество с ограниченной ответственностью «Северная Корона» (634057, г.Томск, пр.Мира, 46, ОГРН 1127017004080, ИНН 7017299159) признать виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, и назначить наказание в виде административного штрафа в размере 100 000 (ста тысяч) рублей.

В соответствии со ст.30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии со ст.31.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление вступает в законную силу по истечении срока, установленного для обжалования.

В соответствии с ч.1 ст.32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу.

В соответствии с ч.9 ст.38 ФЗ «О рекламе» суммы штрафов за нарушение законодательства РФ о рекламе зачисляются в бюджеты бюджетной системы РФ в следующем порядке:

-в федеральный бюджет – 40 процентов; -в бюджет Томской области – 60 процентов.

Согласно п.1 ст.20.25 Кодекса РФ об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный Кодексом об административных правонарушениях, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до 15 суток.

Реквизиты для уплаты штрафа:

**Р/с** 40101810900000010007

**БИК** 046902001

**Банк получателя:** ГРКЦ ГУ Банка России по ТО г. Томск

**Получатель:** УФК по Томской области (Томское УФАС России).

**КБК** 161 1 16 26000 01 6000 140

**ОКАТО** 69401000000

**Назначение платежа:** оплата штрафа за нарушение законодательства о рекламе согласно постановлению....

---

В поле получатель указываются ИНН и КПП Томского УФАС России:

**ИНН 7019027633** **КПП 701701001**

Заместитель руководителя управления

И.В.Бу..

Копию постановления получил «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2013 года \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

Постановление вступило в законную силу «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 201\_\_ года.