

РЕШЕНИЕ по делу № 3-01/45-2015

02 ноября 2015 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Резолютивная часть решения объявлена 20 октября 2015 года.

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя управления.

Члены Комиссии:

- <...> - главный специалист - эксперт отдела контроля органов власти и рекламы;

- <...> – специалист-эксперт отдела контроля органов власти и рекламы.

рассмотрев дело № 3-01/45-2015, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <...>, по признакам нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе»),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП <...>

УСТАНОВИЛА:

В адрес Пензенского УФАС России 13.08.2015 поступило письмо ИА «Пенза-пресс», которым передано для рассмотрения по существу заявление гражданина, по поводу распространения в г. Пензе в кабинах лифтов многоквартирных жилых домов рекламы ресторана «Farfor» со слоганом «Японуться теперь можно». Согласно обращению заявителя, слово «Японуться» ассоциируется у читающих с бранным словом, дискредитирует родителей и воспитателей, отрицательно влияет на духовное развитие детей, наносит моральный вред.

Пензенским УФАС России определением от 11.09.2015 по факту распространения в г. Пензе в кабинах лифтов многоквартирных жилых домов рекламы ресторана «Farfor» со слоганом «Японуться теперь можно» возбуждено дело № 3-01/45-2015 по признакам нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечен ИП <...>.

По обстоятельствам, послужившим основанием для возбуждения дела № 3-01/45-2015, ИП <...> 30.09.2015 представлены письменное пояснение, а также экспертное заключение ООО «Агентство Профэксперт» от 24.07.2015, из которых следует, что реклама ресторана «Farfor» не содержит бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений. При создании слогана: «Японуться теперь можно», используемого в рекламе ресторана «Farfor», использовался прием языковой игры, предполагающий создание у читателя рекламы комплекса новых ассоциаций с целью привлечения его внимания.

Пензенским УФАС России определением от 02.10.2015 настоящее дело было отложено до 20.10.2015 в связи с необходимостью получения дополнительных доказательств для рассмотрения настоящего дела по существу.

В ходе рассмотрения дела № 3-01/45-2015 ИП <...> поддержал доводы, изложенные в письменных пояснениях, а также указал, что целью слогана: «Японуться теперь можно», используемого в рекламе ресторана «Farfor», является возникновение у потребителя рекламы ассоциации с Японией, которая является родоначальником суши. Слоган «Японуться теперь можно» означает, что теперь можно наесться японской кухней, которая представлена в ресторане «Farfor».

Изучив представленные документы, заслушав пояснения лиц, участвующих в рассмотрении дела, Комиссия пришла к следующему выводу:

В июле – августе 2015 года в г. Пензе на рекламных стендах, размещенных в лифтах многоквартирных домов, распространялась информация следующего содержания: «Доставка удовольствий. Farfor все для клиента (8412) 280-300 8-937-40-48-300 полное меню на сайте www.farfor.ru. Японуться теперь можно 20% скидка на все роллы. Филадельфия лайт всего за 136 р. ИП <...>». Внизу мелким шрифтом указано: «Фраза «Японуться теперь можно» означает «Теперь можно наесться японской кухней». Акция действует с 1 по 31 августа. Не действует на 1/2 порции».

В соответствии со статьёй 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно: предназначаться для неопределенного круга лиц, привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования, способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

Рассматриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, в данном случае к ресторану «Farfor», формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Комиссией не принимается довод ИП <...> относительно того, что

рассматриваемая реклама ресторана «Farfor» не содержит бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений.

В соответствии с частью 6 статьи 5 ФЗ «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.

В рассматриваемой рекламе ресторана «Farfor» используется фраза: «Японуться теперь можно».

Согласно разъяснениям ФАС России от 29.04.2013 N АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ "О рекламе», 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 нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Рассматриваемая в рекламе фраза «Японуться теперь можно» направлена на усиление эмоционального воздействия на читателя, на привлечение его внимания путем броского выражения, сходного с бранным словом.

В данном случае при внутреннем или речевом произнесении слова «Японуться», например ребенком в кругу семьи или в общественных местах, может возникнуть полное созвучие с бранным словом, что неприемлемо в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Комиссия считает недопустимым распространение такой рекламы с использованием бранных слов среди неопределенного круга лиц, в число которых входят и несовершеннолетние. Место (кабины лифтов многоквартирных домов в г. Пензе, через которые проходит множество людей разных возрастов, вероисповедания, моральных взглядов и принципов) и способ распространения рассматриваемой рекламы ограничивает потенциального потребителя рекламы в возможности ее игнорировать.

Используемая в рекламе фраза «Японуться теперь можно», придает непристойный образ рекламе, из-за своей неоднозначности и ассоциации с бранным словом, что не способствует духовному росту человека, особенно молодого поколения и детей.

Согласно части 1 статьи 4 Федерального закона «Об основах гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» целями государственной политики в интересах детей являются: содействие физическому, интеллектуальному, психическому, духовному и нравственному развитию детей, воспитанию в них патриотизма и гражданственности, а также реализации личности ребенка в интересах общества и в соответствии с непротиворечащими Конституции Российской Федерации и

федеральному законодательству традициями народов Российской Федерации, достижениями российской и мировой культуры; защита детей от факторов, негативно влияющих на их физическое, интеллектуальное, психическое и нравственное развитие.

В соответствии с частью 1 статьи 14 Федерального закона «Об основах гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» в целях защиты ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящей вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, органы государственной власти Российской Федерации принимают меры по защите ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящей вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, в том числе от национальной, классовой, социальной нетерпимости, от рекламы алкогольной продукции и табачных изделий, от пропаганды социального, расового, национального и религиозного неравенства, а также от распространения печатной продукции, аудио- и видеопродукции, пропагандирующей насилие и жестокость, порнографию, наркоманию, токсикоманию, антиобщественное поведение.

В целях обеспечения здоровья, физической, интеллектуальной, нравственной, психической безопасности детей федеральным законом, законами субъектов Российской Федерации устанавливаются нормативы распространения печатной продукции, аудио- и видеопродукции, иной продукции, не рекомендуемой ребенку для пользования в соответствии с пунктом 1 настоящей статьи до достижения им возраста 18 лет (часть 2 статьи 14 Федерального закона «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации»).

Учитывая вышеизложенное, нормы Закона «О рекламе», запрещающие использование бранных слов, также направлены и на защиту несовершеннолетних детей от негативного воздействия на их нравственное развитие со стороны публично распространяемой рекламы.

В целях определения наличия либо отсутствия признаков нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» рассмотрение содержания рекламы ресторана «Farfor» было включено в повестку заседания Экспертного совета по рекламе при Пензенском УФАС России, все члены которого согласились с тем, что данная реклама содержит бранное слово.

Согласно позиции Пленума ВАС РФ, изложенной в пункте 16 Постановления от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных специальных знаний, как правило, не требуется.

В связи с этим, с целью установления мнения рядового потребителя о рекламе ресторана «Farfor», Пензенским УФАС России с 03 сентября 2015 года по 09 сентября 2015 года был проведен экспресс-опрос на тему: «Содержит ли бранные слова реклама ресторана «Farfor», по результатам которого 55% респондентов согласились с тем, что данная реклама содержит бранное слово. Кроме того, по мнению 45 % опрошенных слово «Японуться» отрицательно влияет на духовное развитие детей и наносит им моральный вред.

Учитывая изложенное, реклама ресторана «Farfor» является не соответствующей

требованиям части 6 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку использование в рекламе фразы «Японуться теперь можно», воспринимается как имеющее бранное слово, оскорбляет чувства граждан, противоречит правилам приличия, нарушает общепринятые нормы морали, гуманности, нравственности.

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

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем вышеуказанной рекламы является ИП <...>, что подтверждается договором от 09.07.2012 №58/0712 на размещение и распространение наружной рекламы заключенным с ООО «Амедиа – Пенза».

Учитывая вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что ИП <...> нарушил требования части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 1 ФЗ «О рекламе», целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Статьей 33 ФЗ «О рекламе» предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, рекламопроизводителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдачу рекламодателю предписания о прекращении нарушения требований рекламного законодательства.

В силу части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Доставка удовольствий. Farfor все для клиента (8412) 280-300 8-937-40-48-300 полное меню на сайте www.farfor.ru. Японуться теперь можно 20% скидка на все роллы. Филадельфия лайт всего за 136 р. ИП <...>. Фраза «Японуться теперь можно» означает «Теперь можно наесться японской кухней». Акция действует с 1 по 31 августа. Не действует на ½ порции», распространяемую индивидуальным предпринимателем <...> в июле – августе 2015 года в кабинках лифтов многоквартирных домов расположенных в г. Пензе, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю <...> предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 02 ноября 2015 года.