РЕШЕНИЕ

по делу № 012/05/5-335/2021

о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

«13» мая 2021 года г. Йошкар-Ола

Резолютивная часть решения объявлена: «13» мая 2021 года

Полный текст решения изготовлен: «13» мая 2021 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя – начальник отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов Марийского УФАС России,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов,

член Комиссии – ведущий специалист – эксперт отдела аналитической работы и контроля хозяйствующих субъектов,

рассмотрев дело № 012/05/5-335/2021 по факту распространения листовок с признаками нарушения пункта 1 части 5, части 11 и части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл поступило заявление гражданина о ненадлежащем использовании наименования «ёбидоёби».

Марийским УФАС России проведен мониторинг наружной рекламы, в результате которого 01.04.2021 установлен факт размещения листовки по адресам: Петрова д. 27 и Петрова д. 27Б, г. Йошкар-Ола, содержащей признаки нарушения пункта 1 части 5, части 11 и части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» следующего содержания:

Определением от 19.04.2021 Марийским УФАС России возбуждено дело №012/05/5-335/2021.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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.

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. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о некоем лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена (письмо ФАС России от 05 апреля 2007 года исх. № АЦ/4624).

Согласно пункту 2 статьи 3 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.

В рассматриваемой листовке объектом рекламирования является представленный товар, а именно роллы.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Распространенная информация отвечает всем признакам рекламы: распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на

привлечение внимания к объекту рекламирования – товару (роллам), формирование и поддержание интереса к нему, продвижение его 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.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, по мнению специалистов ФАС России (письмо ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/13), 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.

В силу пункта 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 (в том числе нецензурной брани), за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

В соответствии с частью 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «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 пункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке в Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному

использованию в рекламе.

В части 2 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном языке.

В силу данной нормы, в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык.

Перевод должен в полной мере отражать смысловое содержание текста на иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

Вместе с тем в распространенной рекламе было использовано иностранное слово «ЁбиМокуёби» без перевода на русский язык, лексического значения которого в русском языке нет.

Более того, потребителями рекламы являются представители разных слоев населения, социального положения, образования и возраста, для многих из них обучение иностранному языку начинается и заканчивается на ступени обязательного общего образования в общеобразовательном учреждении, при этом знание иностранного языка не является обязательным для российских граждан.

Использование в вышеуказанной рекламе слов на иностранном языке без перевода, а также слов, лексическое значение которых отсутствует в русском языке, недопустимо, ввиду того, что смысл передаваемой рекламной информации потребитель может не уяснить, для него она будет являться неполной и искаженной, что противоречит требованиям законодательства о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 части 5 статьи 5 Закона о рекламе в рекламе не допускаются использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации.

Использование в вышеуказанной рекламе слов на иностранном языке без перевода, а также слов, лексическое значение которых отсутствует в русском языке, недопустимо, ввиду того, что смысл передаваемой рекламной информации потребитель может не уяснить, для него она будет являться неполной и искаженной, что противоречит требованиям законодательства о рекламе.

По определению пункта 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащая

реклама- реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, рассматриваемая реклама не соответствует требованиям пункта 1 части 5, части 11 и части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

В соответствии с пунктами 5, 6 и 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем признается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламораспространителем - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, рекламопроизводителем - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В нижней части рассматриваемой листовки указано, что организатором акции является ИП. По определению, данному в пункте 5,6,7 статьи 3 Закона о рекламе, ИП является рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем.

В силу части 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5, а также пункта 1 части 5 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. Однако в материалах дела отсутствуют доказательства устранения нарушения законодательства о рекламе в настоящее время.

На основании изложенного, Комиссия Марийского УФАС России считает, что в данном случае имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

Признать ненадлежащей рекламу ИП, распространённую в виде листовок с информацией следующего содержания:

поскольку она не соответствует требованиям пункта 1 части 5, части 11 и части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать индивидуальному предпринимателю обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3 . Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Марийского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении в соответствии со статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

Члены Комисси