

Решение по делу №08-49/2015

исх. РБ-08/4671 от 30.03.2015

Резолютивная часть решения оглашена: «18» марта 2015г.

В полном объеме решение изготовлено: «26» марта 2015г.

Комиссия Татарстанского УФАС России по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства (далее – Комиссия) в составе:

<...>рассмотрев дело № 08-49/2015 возбужденное по признакам части 11 статьи 5 и пункта 1 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О Рекламе», в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе –представителя ООО «Подיום Маркет» (121069, г. Москва, бульвар Новинский, д. 18, 1, ИНН 7704722647) <...> ,

Установила:

В ходе осуществления государственного надзора за соблюдением законодательства о рекламе Управлением установлен факт размещения на витринах магазина PODIUM MARKET, расположенного по адресу: г. Казань, Пушкина, д. 2, рекламы следующего содержания: «SALE...-50%», которая содержит признаки нарушения части 11 статьи 5 и пункта 1 часть 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ (далее Закон «О рекламе»).

По данному факту Управлением был составлен Акт фиксации от 19.02.2015 г.

Указанная реклама нарушает требования законодательства о государственном языке Российской Федерации, а именно часть 11 статьи 5 и пункт 1 часть 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ (далее Закон «О рекламе»).

Согласно части 11 статьи 5 Закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования законодательства о государственном языке Российской Федерации, законодательства об авторском праве и смежных правах.

Указанное положение содержит отсылочную норму, предусматривающую необходимость соблюдения в рекламе требований законодательства Российской Федерации в любой сфере.

Согласно пункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона № 53-ФЗ от 01.06.2005 «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 в 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. При этом 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.

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.

Информация «SALE», распространяемая на витринах магазина PODIUM MARKET, содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: призвана формировать и поддерживать интерес к рекламируемому «товару».

На основании вышеизложенного Управлением возбуждено дело № 08-49/2015 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в отношении ООО «Подиум Маркет».

18 марта 2015г. на рассмотрении дела № 08-49/2015 представитель ООО «Подиум Маркет» пояснила: что с нарушением распространения иностранного слова «SALE -50%» в стеклянной витрине магазина PODIUM MARKET адрес: г. Казань, ул. Пушкина, д. 2 согласна.

Комиссия, заслушав пояснения представителя и изучив имеющиеся материалы дела № 08-49/2015, приходит к следующим выводам.

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 пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе», объект рекламирования, это 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 соответствии с пунктом 3 статьи 3 Закона «О рекламе», товар, это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенная для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация: «SALE», содержит все необходимые юридические признаки рекламы, позволяющие определить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать интерес к услугам, предоставляемым соответствующими рекламодателями.

Слово sale существует в различных языках мира (английский язык, французский язык, итальянский язык) и имеет самые различные переводы. Таким образом, в

связи с тем, что отсутствует перевод иностранного слова на русский язык, потребитель не может в полном объеме уяснить смысл данного выражения.

Знание иностранного языка не является обязательным для российских граждан. Потребителями рекламы являются представители самых разных слоев нашего общества, 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 известно, что иностранный язык быстро забывается, если им не пользоваться. Соответственно степень владения российскими гражданами иностранным языком может варьироваться от самой низкой до виртуозной. Поэтому использованные в рекламе выражения на иностранном языке потребитель рекламы может не уяснить, и для него рекламная информация будет не полной и искаженной.

В соответствии с частью 6 статьи 1 Федерального закона от 01.06.2005 №53-ФЗ «О государственном языке в Российской Федерации», при использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации не допускается использование слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка, за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

Конституцией Российской Федерации закрепляет за русским языком статус государственного языка Российской Федерации (статья 65 Конституции Российской Федерации). Данный статус предполагает повсеместное использование русского языка. Русским языком свободно владеет подавляющее большинство граждан Российской Федерации. Он представляет собой важную коммуникационную основу целостности и единства России, выполняет интеграционную функцию в политической, социальной и культурной сферах, выступает в качестве символа государства.

Используемое в рекламе иностранное слово «sale» имеет несколько значений.

Имя существительное – 1) продажа, реализация, сбыт, 2) продажа с аукциона, с торгов, 3) распродажа по сниженной цене.

В данной рекламе использовано слово, без перевода на русский язык, что нарушает требования законодательства о государственном языке Российской Федерации, а именно часть 11 статьи 5 и пункт 1 часть 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ (далее Закон «О рекламе»).

В силу пункта 1 части 5 статьи 5 Закона «О рекламе», в рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации

Распространение рекламы, вводящей потребителей в заблуждение относительно рекламируемого товара, способно привести к неправильному выбору потребителей товара, также влияет на оценку и решение потребителей относительно рекламируемых услуг.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Из положений части 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение пункта 1 части 5 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06. № 38-ФЗ «О рекламе» ответственность несет рекламодаделец.

В ходе рассмотрения дела №08-49/2015 Комиссией установлено, что рекламодателем указанной рекламы является ООО «Подиум Маркет».

ООО «Подиум Маркет» представило подтверждение, что реклама «SALE -50%» в стеклянной витрине магазина PODIUM MARKET адрес: г. Казань, ул. Пушкина, д. 2 больше не распространяется, таким образом основания для выдачи предписания отсутствуют.

Руководствуясь ч.2 п.1 ст.33, ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37 - 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

Решила:

Признать ненадлежащей рекламу, размещенную витрине магазина PODIUM MARKET адрес: г. Казань, ул. Пушкина, д. 2 следующего содержания: «SALE -50%», поскольку в ней нарушены требования части 11 статьи 5, пункта 1 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Предписание не выдавать, в связи с добровольным устранением нарушения Федерального закона от 13.03.06 г. №38-ФЗ «О рекламе».

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном 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.