АР-08/11956 от 13.08.2019

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел о нарушении законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии: <...>– (должностное лицо);
Члены Комиссии: <...>– (должностное лицо);

<...>– (должностное лицо);

рассмотрев дело №016/05/5-1061/2019 в отношении ООО «Корстон-Казань» (ИНН: 1655059173; ОГРН: 1021602856186; адрес: 420061, РТ, г. Казань, ул. Николая Ершова, д. 1А), по факту распространения в лифтах в здании ООО «Корстон-Казань» по ул. Николая Ершова, д. 1А рекламы с текстом: «ПОДПИШИСЬ НА КОФЕ 33 1 чашка в сутки ВЗБОДРИСЬ», которая имеет признаки нарушения Федерального закона от 13 марта 2006г. № 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии:

представителя ООО «Корстон-Казань» по доверенности №12-502-2019 от 01.07.2019г. <...>.,

УСТАНОВИЛА:

В ходе проведения государственного надзора, Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление) был установлен факт распространения в лифтах в здании ООО «Корстон-Казань» по ул. Николая Ершова, д. 1А рекламы с текстом: «ПОДПИШИСЬ НА КОФЕ 33 1 чашка в сутки ВЗБОДРИСЬ», которая имеет признаки нарушения Закона «О рекламе».

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.

В соответствии с Письмом ФАС России от 29.04.2013 №АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», 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. Управлением создан Экспертный совет при Татарстанском УФАС России на заседаниях которого дается оценка этичности рекламы с учетом восприятия информации, которое характерно для жителей конкретного субъекта Российской Федерации.

Кроме того, при решении вопроса о соответствии той или иной рекламной информации требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» такую информацию следует оценивать в совокупности с обстоятельствами ее размещения (например, место расположения рекламной конструкции с учетом близости к учреждениям культуры, объектам культа, кладбищам и т.п.).

Членом Экспертного совета также была дана оценка рекламы с текстом: «ГОЛАЯ правда, что наша ОФИЦИАНТКА ГОТОВА НА МНОГОЕ ради вашей улыбки».

В соответствии с мнением члена Экспертного совета, на рекламе изображены рядом 3 чашки кофе с розеттой (рисунок молоком на поверхности кофе) разной формы. Розетта напоминает силуэт мужского полового органа, форму которого часто используют «на заборах», на фривольных карикатурах и шутках в народе. В каждой последующей чашке угол наклона изображенного силуэта увеличивается и на третьей чашке изображен под углом 90 градусов. Сочетая описанное изображение со слоганом «взбодрись», рекламодатель явно преследовал цель возникновения ассоциации потребителя с «возбуждением», носящим интимный характер, а не, к примеру, в части настроения и самочувствия. Как альтернативу рекламодатель мог использовать розетты в виде солнышка и/или смайлика (грустный/веселый), сердечки и другие общепринятые изображения, используемые в латте-арте (рисование на кофе). Но рекламодателем было осознано выбрано именно неоднозначное изображение, создающее ассоциацию с эрекцией.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно пункту 28 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара. Однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом о рекламе к рекламе, в частности о включении в рекламу предупреждающих надписей, обязательных сведений или условий оказания услуг.

Поэтому если информация изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем (шрифт (кегль), цветовая гамма и тому подобное), и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и вводит в заблуждение потребителей рекламы, то данная информация считается отсутствующей, а соответствующая реклама ненадлежащей в силу того, что она не содержит части существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе).

В рекламе указывается возможность потребителям приобрести чашку кофе за 33 рубля. Однако фактически, для приобретения чашки кофе за указанную сумму необходимо приобрести абонемент на кофе.

На сайте www.korston.com указана информация о стоимости абонемента, при приобретении которого стоимость одной чашки кофе будет составлять 33 рубля.

1 МЕС. – Р 999	3 МЕС. – Р 2 699	6 МЕС. – Р 4 999	1 ГОД – Р 9 199
Р 33 – 1 чашка	Р 29 – 1 чашка	Р 27 – 1 чашка	Р 25 – 1 чашка

Тот факт, что информация о необходимости наличия абонемента для приобретения чашки кофе за 33 рубля размещена на сайте www.korston.com, не свидетельствует о доведении до потребителей всей информации о цене товара. Так как распространение рекламы проводилось в здании ООО «Корстон-Казань» по ул. Николая Ершова, д. 1А, потребители воспринимали информацию в соответствии с указанной ценой в рекламе кофе, т.е. 33 рубля за чашку кофе.

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 со сведениями: «ПОДПИШИСЬ НА КОФЕ 33 1 чашка в сутки ВЗБОДРИСЬ» в силу статьи 3 Закона «О рекламе» является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей к услугам общественного питания.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

С учетом изложенного, рекламное объявление с текстом следующего содержания: «ПОДПИШИСЬ НА КОФЕ 33 1 чашка в сутки ВЗБОДРИСЬ» имеет признаки нарушения частей 6,7 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частями 6,7 статьи 5 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.

Из указанного определения следует, что рекламодателем может быть как лицо, заинтересованное в реализации объекта рекламирования (изготовитель товара,

продавец товара, лицо, оказывающее услуги), так и иное лицо, если указанное лицо совершило действия по выбору объекта рекламирования (под которым понимается товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама) и содержания рекламной информации. При этом отнесение того или иного лица к рекламодателю осуществляется исходя из объекта рекламирования, к которому формируется интерес в рекламе, условий договора о распространении рекламы, а также иных обстоятельств распространения рекламы (письмо ФАС России от 31.05.2016 N АК/36350/16 «О разъяснении отдельных положений Федерального закона «О рекламе»).

Рекламодателем является ООО «Корстон-Казань» (ИНН: 1655059173; ОГРН: 1021602856186; адрес: 420061, РТ, г. Казань, ул. Николая Ершова, д. 1А).

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Корстон-Казань» (ИНН: 1655059173; ОГРН: 1021602856186; адрес: 420061, РТ, г. Казань, ул. Николая Ершова, д. 1А) с текстом: «ПОДПИШИСЬ НА КОФЕ 33 1 чашка в сутки ВЗБОДРИСЬ», нарушающей требования частей 6,7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Предписание об устранении нарушения частей 6,7 статьи 5 Закона «О рекламе» Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ «О рекламе» не выдавать, в связи с представлением доказательств устранения нарушения.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Татарстанского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренного Кодексом 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 Комиссии

<...>

<...>