

Решение 048/05/5-105/2023

ИП <...>

<...>

<...>

<...>

<...>

<...>

РЕШЕНИЕ

20 апреля 2023 года г. Липецк

Резолютивная часть решения объявлена 19 апреля 2023 года.

Решение в полном объеме изготовлено 20 апреля 2023 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель комиссии:

<...> заместитель руководителя управления - начальник отдела антимонопольного контроля на товарных и финансовых рынках,

Члены комиссии:

<...> ведущий специалист-эксперт отдела защиты конкуренции,

<...> главный специалист-эксперт отдела защиты конкуренции, при рассмотрении дела № 048/05/5-105/2023, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: 246109712110; ОГРНИП: 322246800123919, адрес регистрации: <...>, эл. почта: <...>) и физического лица <...>(адрес: <...>, тел. +7 <...>) по факту нарушения пункта 1 части 5, части 6, части 11 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы сети доставки суши и роллов и ее продукции, которая значительной частью потребителей может восприниматься как непристойная и оскорбительная, в отсутствие иных лиц, участвующих в деле, надлежащим образом уведомленных о времени и месте рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛА:

В Липецкое УФАС поступило обращение гр. <...> (вх. 225-ИП/23 от 13.01.23) с жалобой на содержание рекламы «Ёбидоёби» следующего содержания: «Холодной зимой согреет только горячий Куни Ли! Бери легендарный набор по суперцене 1199 рублей. Почти 2 килограмма сочных роллов заждались тебя. Заказывай прямо сейчас на нашем сайте: <https://yobidojobi.ru/lipetsk>, в приложении «Ёбидоёби» или по телефону 8-800-333-33-23 ИП <...> ОГРНИП 322246800123919 18+ Реклама», сопровождаемую изображением с надписями «Набор Куни Ли 1149 р», «Ё», «Ёбидоёби Sushi&Rolls», распространенную в канале «Gorod48» в мессенджере Telegram 09.12.2022 г.

Согласно п. 1 ст. 3 Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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 и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с п. 2 ст. 3 Закона о рекламе 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.

П. 3 ст. 3 Закона о рекламе гласит, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Указанная информация, распространяющаяся в сети Интернет следующего содержания: «Холодной зимой согреет только горячий Куни Ли! Бери легендарный набор по суперцене 1199 рублей. Почти 2 килограмма сочных роллов заждались тебя. Заказывай прямо сейчас на нашем сайте: <https://yobidojobi.ru/lipesk>, в приложении «Ёбидоёби» или по телефону 8-800-333-33-23 ИП <...> ОГРНИП 322246800123919 18+ Реклама», сопровождаемой изображением с надписями «Набор Куни Ли 1149 р», «Ё», «Ёбидоёби Sushi&Rolls» и другими, и пометкой «Реклама», соответствует понятию, изложенному в ст. 3 Закона о рекламе и является рекламой.

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.

Согласно ч. 11 ст. 5 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 ч. 6 ст. 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 общепотребительных аналогов в русском языке.

Использованное выражение японского языка, исполненное в русской транслитерации («Ёбидоёби»), нельзя отнести к иностранным словам, не имеющим общепотребительных аналогов на русском языке. Японский язык не является ни государственным языком России, ни языком межнационального общения народов РФ. Язык происхождения слов «Куни Ли» не установлен.

Выражения «Ёбидоёби», «Куни Ли» не имеют в русском языке какого-либо лексического значения и происходят из иностранного языка. Кроме того, часть текста - «Sushi&Rolls», выполнена на иностранном языке. В рекламе отсутствует перевод указанных слов, что лишает потребителя, не

владеющего в достаточной степени соответствующим иностранным языком, возможности полностью понять смысл информации в рекламе.

Соответственно, отсутствие в рекламе перевода иностранного слова или выражения, которое может привести к искажению смысла информации для потребителя, нарушает пункт 1 части 5 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку понимание смысла рекламной информации зависит от уровня владения соответствующим иностранным языком.

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 словарно-справочной литературе, ненормативная лексика (нецензурные выражения, непечатная брань) – сегмент бранной лексики различных языков, включающий грубейшие бранные выражения, часто выражающие спонтанную речевую реакцию на неожиданную (обычно неприятную) ситуацию. Выделяются понятия ненормативной лексики и табуированной (обеденной) лексики. Одной из разновидностей обеденной лексики в русском языке является русский мат (наиболее грубая разновидность ненормативной лексики).

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также 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

Русский мат - бранные слова и выражения, употребление которых не допускается общественной моралью, предназначенные преимущественно для оскорбления адресата или отрицательных оценок людей и явлений. Матерными считаются высказывания состав которых входят слова, образованные от матерных корней (список таких корней определяется по опросам носителей языка и традиционно содержит от четырех до семи общеизвестных корней). Слова, образованные от данных четырех слов, начинающихся на "х", "п", "е", "б", также считаются нецензурными.

«Ёбидоёби», хотя полностью не соответствует русскому сквернословью и не воспроизводит целиком мат, является сложным образованным от матного слова (еб.../ёб...), в котором дважды повторяется один из четырех самых распространенных матерных корней (еб/ёб). Следовательно, выражение «Ёбидоёби» может восприниматься как завуалированная форма нецензурного, непристойного слова, употребляемого в ненормативной лексике и образовано от матерного корня и общеизвестного слова, начинающегося на букву «е», относящегося к нецензурным словам.

Выражение «Куни Ли» не имеет в русском языке лексического значения. При этом указанное выражение очевидным образом происходит от известного термина, обозначающего интимное половое поведение. Использование в рассматриваемой публичной рекламе в несколько завуалированной форме слова, обозначающего определенные действия сексуального характера, противоречит правилам приличия в современном обществе и может восприниматься обычными потребителями как непристойное, оскорбительное, нецензурное выражение.

Исходя из изложенного, в рекламе «Набор Куни Ли» использована умышленная двусмысленность, вызывающая у потребителей ассоциацию с нецензурными, непристойными, оскорбительными выражениями.

В соответствии с пунктом 16 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами ФЗ «О рекламе», по делам о привлечении лиц к административной ответственности, предусмотренной статьей 14.3 КоАП РФ, за использование ими в рекламе бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных (то есть крайне предосудительных и недопустимых ввиду неприличия) и (или) оскорбительных (то есть способных причинить обиду) специальных знаний, как правило, не требуется.

Для правильной оценки слов и выражений необходимо учитывать факторы их непосредственного восприятия именно средним российским потребителем. Оценка рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями (п. 28. Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе»).

Очевидно, что большинство потребителей данной рекламы не обладают

специальными познаниями в области филологии, лингвистики, в том числе английского и японского языка, и поэтому могут воспринимать рассматриваемые выражения как образованные от нецензурных, оскорбительных слов.

Таким образом, поскольку слово «Ёбидоёби» может быть значительной частью потребителей воспринято как образованное от нецензурного слова, а слово «Куни Ли» - имеющее непристойный, оскорбительный характер, их использование в рекламе нарушает требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

Данные выводы также подтверждаются судебной практикой, в частности - Решением Суда по интеллектуальным правам от 21.09.2020 по делу № СИП-327/2020.

ООО «Курс» в ответе на запрос Липецкого УФАС России указало, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является индивидуальный предприниматель <...> (ОГРНИП: 322246800123919, адрес регистрации: <...>, эл. почта: <...>). В качестве доказательства ООО «Курс» предоставило договор с ИП <...> № 85.1/ДО от 16.11.2022 и счета об оплате услуг размещения рекламы.

Также ООО «Курс» указало, что рекламопроизводителем рекламы является гражданка РФ <...> (адрес: <...>, тел. +7 <...>). Данная информация подтверждается тем фактом, что <...> указана в качестве контактного лица Заказчика в договоре и ИП <...> № 85.1/ДО (п. 7.1.2 Договора): «Для Заказчика: адрес: <...>, телефон 8<...> вниманию: <...>». Также ООО «Курс» представило переписку через мессенджер WhatsApp между <...> (тел. +7 <...>) и сотрудником ООО «Курс» <...> (тел. +7 <...>), из которой следует, что <...> представила в готовом виде макет размещаемой рекламы.

В ответ на запрос Липецкого УФАС ПАО «Мобильный Телесистемы» подтвердил, что абонентский номер +7 <...> зарегистрирован на <...> (адрес: <...>).

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение части 6 статьи 5 Закона о рекламе, несет рекламодатель.

Рекламодателем, согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Таким образом, рекламодателем рекламы «Ёбидоёби» следующего содержания: «Холодной зимой согреет только горячий Куни Ли! Бери легендарный набор по суперцене 1199 рублей. Почти 2 килограмма сочных роллов заждались тебя. Заказывай прямо сейчас на нашем

сайте: <https://yobidoyobi.ru/lipetsk>, в приложении «Ёбидоёби» или по телефону 8-800-333-33-23 ИП <...> ОГРНИП 322246800123919 18+ Реклама», сопровождаемую изображением с надписями «Набор Куни Ли 1149 р», «Ё», «Ёбидоёби Sushi&Rolls», распространенной в сети Интернет, является индивидуальный предприниматель <...> (ОГРНИП: 322246800123919, адрес регистрации: <...>, эл. почта: <...>).

В соответствии с частью 8 статьи 38 Закона о рекламе, рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в [частях 6](#) и [7](#) настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно пункту 6 статьи 3 Закона о рекламе, рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

Таким образом, рекламопроизводителем рекламы «Холодной зимой согреет только горячий Куни Ли! Бери легендарный набор по суперцене 1199 рублей...» является физическое лицо <...> (адрес: <...>, тел. +7 <...>).

Определением от 09.02.2023 № ДШ/820/23 в отношении ИП <...> и <...> возбуждено дело № 048/05/5-105/2023 о нарушении законодательства о рекламе. Рассмотрение дела назначено на 06.03.2023 на 15 часов 30 минут. 06.03.2023 в связи с отсутствием информации о надлежащем уведомлении лиц, участвующих в деле, рассмотрение дела отложено на 19.04.2023 на 15 часов 30 минут; срок рассмотрения дела продлен до 08.05.2023.

На рассмотрение дела № 048/05/5-105/2023 19.04.2023 ИП <...> и <...>, или их законные представители не явились, ходатайства о рассмотрении дела в их отсутствие не поступало.

<...> уведомлена надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела (отчет об отправке почтового отправления № <...>; получено адресатом лично 02.04.2023). Письменных пояснений по изложенным обстоятельствам от <...> в антимонопольный орган не поступало.

ИП <...> уведомлена надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела (отчет об отправке почтового отправления № <...>; возвращено отправителю по истечении срока хранения 15.04.2023). Письменных пояснений по изложенным обстоятельствам от ИП <...> в антимонопольный орган не поступало.

Заявитель уведомлен надлежащим образом, на рассмотрение не явился.

Руководствуясь п. 31 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия рассмотрела дело № 048/05/5-105/2023 в отсутствие лиц, участвующих в деле.

На основании изложенного, реклама сети доставки суши и роллов и ее продукции следующего содержания: «Холодной зимой согреет только горячий Куни Ли! Бери легендарный набор по суперцене 1199 рублей. Почти 2 килограмма сочных роллов заждались тебя. Заказывай прямо сейчас на нашем сайте: <https://yobidojobi.ru/lipesk>, в приложении «Ёбидоёби» или по телефону 8-800-333-33-23 ИП <...> ОГРНИП 322246800123919 18+ Реклама», сопровождаемую изображением с надписями «Набор Куни Ли 1149 р», «Ё», «Ёбидоёби Sushi&Rolls», распространенная в сети Интернет, не соответствует требованиям пункта 1 части 5, части 6, части 11 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку значительной частью потребителей вышеупомянутое название сети суши баров может быть воспринято как образованное от нецензурного слова, вышеупомянутое название товара – блюда воспринимается с учётом общего провокационного контекста, противоречит правилам приличия в современном обществе, является непристойным и оскорбительным, недопустимо ввиду нарушения общепринятых правил приличия, и, в силу пункта 4 статьи 3 названного Закона, является ненадлежащей рекламой.

Учитывая, что рассматриваемая реклама на момент вынесения решения продолжает распространяться, Комиссией принято решение выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Проанализировав имеющиеся в деле доказательства, в результате совещания, руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу сети доставки суши и роллов и ее продукции — набора «Куни Ли», распространенную в сети Интернет, рекламодателем которой является индивидуальный предприниматель <...> (ИНН: 246109712110; ОГРНИП: 322246800123919, адрес регистрации: <...>, эл. почта: <...>), рекламопроизводителем которой является <...> (адрес: <...>, тел. +7 <...>), ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования

пункта 1 части 5, части 6, части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»,

2. Выдать ИП <...> предписание об устранении нарушения Закона о рекламе.

3. Передать материалы дела для решения вопроса о возбуждения дела об административном правонарушении в отношении лиц, допустивших нарушение рекламного законодательства Российской Федерации.

Решение может быть обжаловано в течение трёх месяцев со дня его принятия.

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии:

<...>

<...>

Исп.<...>

тел.8(4742) <...>

2023-3405