О возбуждении дела о нарушении
законодательства о рекламе

ИП <...>

<...>

<...>

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 048/05/5-104/2023 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

09 февраля 2023 года г. Липецк

Председатель комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> – заместитель руководителя – начальник отдела защиты конкуренции Липецкого УФАС России, рассмотрев материалы по признакам 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) в действиях индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: 246109712110; ОГРНИП: 322246800123919, адрес регистрации: <...>, эл. почта: <...>) и физического лица <...>(адрес: <...>, тел. +7 <...>),

УСТАНОВИЛ:

В Липецкое УФАС поступило обращение гр. <...> (вх. 225-ИП/23 от 13.01.23) с жалобой на содержание рекламы «Ёбидоёби» следующего содержания: «Разминай щёки-к тебе едет Чпо Ки Закажи доставку в Ёбидоёби уже сегодня Набор Чпо Ки всего за 1049 рублей! 64 вкуснейших роллов Что в наборе: Каваи для торта, тори темпура, темпура скин, грин боши, цезарь, яссай, филадельфия лосось лайт, рейдзи Заказывай прямо сейчас на нашем сайте https://yobidoyobi.ru/lipeck, в приложении «Ёбидоёби» или по телефону 8-800-333-33-23 ИП Епифанова Екатерина Максимовна ОГРНИП 322246800123919 18+», сопровождаемой изображением с надписями «Набор Чпо Ки 1049 р», «Ё» и другими, и пометкой «Реклама в сообществе», распространенной 28.11.2022 в 13 часов 00 минут в сообществе «Gorod48.ru - новости Липецка онлайн - Город48» в социальной сети «ВКонтакте».

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 сообществе «Gorod48.ru - новости Липецка онлайн - Город48» в социальной сети «ВКонтакте» рекламной публикации следующего содержания: «Разминай щёки-к тебе едет Чпо Ки Закажи доставку в Ёбидоёби уже сегодня Набор Чпо Ки всего за 1049 рублей! 64 вкуснейших роллов Что в наборе: Каваи для торта, тори темпура, темпура скин, грин боши, цезарь, яссай, филадельфия лосось лайт, рейдзи Заказывай прямо сейчас на нашем сайте https://yobidoyobi.ru/lipeck, в приложении «Ёбидоёби» или по телефону 8-800-333-33-23 ИП Епифанова Екатерина Максимовна ОГРНИП 322246800123919 18+», сопровождаемой изображением с надписями «Набор Чпо Ки 1049 р», «Ё» и другими, и пометкой «Реклама в

сообществе», 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 общеупотребительных аналогов в русском языке.

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

Выражения «Ёбидоёби», «Чпо Ки» не имеют в русском языке какого-либо лексического значения и происходят из иностранного языка. 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 сквернословию и не воспроизводит целиком мат, является сложным образованным от матного слова (еб.../ёб...), в котором дважды повторяется один их 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 «Чпо Ки» не имеет в русском языке лексического значения. При этом указанное выражение очевидным образом схоже со словом «чпок», «чпокать» - вступать с кем-либо в половую связь (арготизм)

(«Толковый словарь русского арго»). Таким образом, используемое в рекламе выражение «разминай щёки — к тебе едет Чпо Ки» может восприниматься потребителями как оскорбительный намек и грубое использование непристойных образов.

Исходя из изложенного, в рекламе «Набор Чпо Ки» использована умышленная двусмысленность, вызывающая у потребителей ассоциацию с оскорбительными, непристойными 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 8 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 «Чпо Ки» - имеющее непристойный, оскорбительный характер, их использование в рекламе нарушает требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

В письме ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/13 территориальным органом было рекомендовано создать Экспертные советы, на заседаниях которых может быть дана оценка этичности рекламы с учетом восприятия информации, которое характерно для жителей конкретного субъекта Российской Федерации.

В целях проведения оценки рассматриваемой рекламы на предмет ее соответствия требованиям Закона о рекламе, имеющиеся материалы были переданы на рассмотрение Экспертного совета по применению рекламного законодательства при Липецком УФАС России (Далее — Экспертный совет). Экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Липецкой области. Его решения имеют рекомендательный характер и представляются в УФАС для принятия решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации, реализации государственной политики в области контроля соблюдения законодательства о рекламе и подготовки предложений по совершенствованию указанного законодательства.

08.12.2022 состоялось заседание Экспертного совета по рекламе при Липецком УФАС России. Одним из вопросов, поставленных перед Экспертами, являлась оценка рекламы сети доставки суши и роллов. В частности, Экспертам предлагалось ответить на вопросы:

- Использованы ли в рекламе «Ё Ёбидоёби Sushi & Rolls Набор БиЧ», «Ё Набор Чпо Ки» неэтичные, непристойные, оскорбительные слова, выражения, либо легко считываемые/производные от них?

- Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности, размещение в рекламе данных слов/выражений?

Члены Экспертного совета по рекламе при Липецком УФАС России единогласно пришли к выводу о том, что рассматриваемая реклама содержит легко считываемые/производные выражения, вызывающие очевидный ассоциативный ряд с неэтичными, непристойными, оскорбительными словами, выражениями.

Выводы экспертов 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 с 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, распространенной в сообществе «Gorod48.ru - новости Липецка онлайн - Город48» в социальной сети «Вконтакте», следующего содержания: «Разминай щёки-к тебе едет Чпо Ки Закажи доставку в Ёбидоёби уже сегодня Набор Чпо Ки всего за 1049 рублей!...», сопровождаемой изображением с надписями «Набор Чпо Ки 1049 р», «Ё» и другими, и пометкой «Реклама в сообществе», 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 «Разминай щёки-к тебе едет Чпо Ки Закажи доставку в Ёбидоёби уже сегодня Набор Чпо Ки всего за 1049 рублей!...» является физическое лицо <...> (адрес: <...>, тел. +7 <...>).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе»,

О П Р Е Д Е Л И Л:

1. Возбудить производство по делу № 048/05/5-104/2023 по признакам нарушения пункта 1 части 5, части 6, части 11 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» в действиях индивидуального предпринимателя <...> (ИНН: 246109712110; ОГРНИП: 322246800123919, адрес регистрации: <...>, эл. почта: <...>) и физического лица <...> (адрес: <...>, тел. +7 <...>).

2. Признать лицами, участвующими в деле:

Лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе –

индивидуальный предприниматель <...> (ИНН: 246109712110; ОГРНИП: 322246800123919, адрес регистрации: <...>, эл. почта: <...>) — рекламодатель;

<...> (адрес: <...>, тел. +7 <...>) — рекламопроизводитель.

Заявитель — <...> (<...>).

3. Назначить дело № 048/05/5-104/2023 к рассмотрению на **06 марта 2023** года на **14 часов 50 минут** в Липецком УФАС России по адресу: г. Липецк, пл. Плеханова, д.1, кабинет 517а, тел. (4742) 27-14-82.

4. ИП <...> и <...> представить **до 03.03.2023** следующие документы и сведения:

- письменные пояснения по фактам, изложенным в определении;

- иные документы и материалы по указанной рекламе по своему усмотрению.

Явка лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе или их представителей (с доверенностью на право представлять интересы в государственном органе), для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна. При себе иметь ПАСПОРТ.

Заместитель руководителя - начальник отдела <...>

Исп.<…>

тел.8(4742) <…>

2023-1038