

О возбуждении дела о нарушении
законодательства о рекламе

<...>

<...>

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 048/05/5-103/2023 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 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: «Ёбидоёби любит радовать! Запускаем акцию на набор «Бич» за 899 рублей, 1 кг роллов! В набор входит: Каппа маки, Цезарь

темпура, Тамаго маки, Филадельфия лосось лайт. Твой промокод «2233». Акция действует до 13 ноября включительно. Сделать заказ просто: -На сайте или в мобильном приложении -По телефону Главное не забудь указать промокод «2233» или сообщи оператору! Заказывай прямо сейчас на нашем сайте <https://yobidojobi.ru/lipesk> или по телефону 8-800-333-33-23 ИП Епифанов Игорь Олегович ОГРНИП 320246800113469 18+», сопровождаемую изображением с надписями «Набор БиЧ 899 р», «по промокоду 2233», «Ёбидоёби Sushi&Rolls» и другими, и пометкой «Реклама в сообществе», распространенной 14.11.2022 в 10 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: «Ёбидоёби любит радовать! Запускаем акцию на набор «Бич» за 899 рублей, 1 кг роллов! В набор входит: Каппа маки, Цезарь темпура, Тамаго маки, Филадельфия лосось лайт. Твой промокод «2233». Акция действует до 13 ноября включительно. Сделать заказ просто: -На сайте или в мобильном приложении -По телефону Главное не забудь указать промокод «2233» или сообщи оператору! Заказывай прямо сейчас на нашем сайте <https://yobidojobi.ru/lipesk> или по телефону 8-800-333-33-23 ИП Епифанов Игорь Олегович ОГРНИП 320246800113469 18+», сопровождаемой изображением с надписями «Набор БиЧ 899 р», «по промокоду 2233», «Ёбидоёби Sushi&Rolls» 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 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.

Слово «Ёбидоёби» не имеет в русском языке какого-либо лексического значения и происходит из иностранного языка. Кроме того, часть текста в рекламе выполнена на иностранном языке - «Sushi&Rolls». 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.

Слово «Бич» имеет в русском языке несколько значений:

1) Длинная плеть, кнут из мелко свитых ремней (Толковый словарь Ушакова);

2) опустившийся, нередко спившийся безработный и бездомный человек, перебивающийся сезонными или случайными заработками на неквалифицированных и тяжёлых работах (часто связанных с добычей полезных ископаемых) и проживающий в бараках, вагончиках и другом случайном жилье (жарг.; «Энциклопедический словарь истории советской повседневной жизни» (2015).

Во втором случае слово «Бич» происходит от английского «beach» - набережная, пляж; и использовалось для обозначения безработных моряков, а позднее — портовых бродяг, бездельников, дезертиров с судов, кормящихся ловлей жемчуга или сбором того, что выбрасывает море (Исанин Н.Н. «Морской энциклопедический справочник»).

Исходя из изложенного, в рекламе «Набор БиЧ» использована умышленная двусмысленность, вызывающая у потребителей ассоциацию с оскорбительным выражением.

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 «Бич» - имеющее бранный, 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 гражданка РФ <...> (тел. +7 <...>). В качестве доказательства ООО «Курс» представило переписку между <...> и контактного лица ООО «Курс» <...> (тел. +7 <...>).

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

В адрес гражданки РФ <...> направлен запрос о предоставлении информации от 08.12.2022 о рекламодателе рассматриваемой рекламы. Ответ на запрос в Липецкое УФАС России не поступал.

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: «Ёбидоёби любит радовать! Запускаем акцию на набор «Бич» за 899 рублей, 1 кг роллов! В набор входит: Каппа маки, Цезарь темпура, Тамаго маки, Филадельфия лосось лайт. Твой промокод «2233». Акция действует до 13 ноября включительно. Сделать заказ просто: -На сайте или в мобильном приложении -По телефону Главное не забудь указать промокод «2233» или сообщи оператору! Заказывай прямо сейчас на нашем сайте <https://yobidoлюби.ru/lipesk> или по телефону 8-800-333-33-23 ИП Епифанов Игорь Олегович ОГРНИП 320246800113469 18+», сопровождаемой изображением с надписями «Набор БиЧ 899 р», «по промокоду 2233», «Ёбидоёби Sushi&Rolls» и другими, и пометкой «Реклама в сообществе», 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 № 048/05/5-103/2023 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 <...>

(адрес: <...>, тел. +7 <...>).

2. Признать лицами, участвующими в деле:

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – <...> (адрес: <...>, тел. +7 <...>) - рекламодатель.

Заявитель — <...> (<...>).

3. Назначить дело № 048/05/5-103/2023 к рассмотрению на **06 марта 2023** года на **14 часов 30 минут** в Липецком УФАС России по адресу: г. Липецк, пл. Плеханова, д.1, кабинет 517а, тел. (4742) 27-14-82.

4. <...> 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) <...>

2023-1037