

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ № 074/05/5-2942/2023

22 декабря 2023 года
59

г. Челябинск, пр. Ленина,

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, <...>, рассмотрев заявление физического лица по факту размещения рекламы организации «GIGASCHOOL» на рекламной конструкции, с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

Челябинским УФАС России рассмотрено заявление физического лица (от 02.11.2023 вх. № 14615-ЭП/23) по факту распространения рекламы на рекламной конструкции типа сити-формат следующего содержания: с одной стороны - «GIGASCHOOL НАУЧУ ТЕБЯ ВЕБ РАЗРАБОТКЕ» с изображением QR-кода, части лица с языком и двух пальцев в форме «V», на которых присутствует надпись «<Hallo World>», с обратной стороны - «GIGASCHOOL ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ДОСТУП К КАЧЕСТВЕННОМУ ОБРАЗОВАНИЮ В САМЫХ ВОСТРЕБОВАННЫХ ИТ-НАПРАВЛЕНИЯХ» с указанием QR-кода, расположенного возле корпуса № 3 **ФГАОУ ВО «ЮурГУ (НИУ)» по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, д. 87.**

Согласно сведениям, представленным Администрацией города Челябинска, разрешение на установки и эксплуатацию рекламной конструкции типа сити-формат с подсветкой выдано ИП С<...>

ИП С<...> представлены пояснения, согласно которым между индивидуальным предпринимателем и АНО «ГИГА ШКОЛА» заключен договор на оказание услуг по размещению рекламно-информационных материалов от 01.07.2023 № 87/14.

АНО «ГИГА ШКОЛА» в ответ на направленный запрос пояснено следующее. Пальцы в форме «V» с надписью «<Hallo World>» символизируют победу над сложной задачей в программировании или освоение нового навыка в программировании, используемый текст «<Hallo World>» - традиционное тестовое сообщение в сфере программирования, которое используется с 1972 года, для многих студентов такая программа является первым опытом при изучении нового языка. Изображенный язык, имеет значение языка программирования. АНО «ГИГА ШКОЛА» указывает о явном прослеживании между изображением, текстом и деятельности организации. В согласовании рекламы принимали участие директор АНО «ГИГА ШКОЛА» и учредители организации. В связи с окончанием набора на проводимый курс 01.12.2023 АНО «ГИГА ШКОЛА» демонтированы баннеры.

Рассмотрение заявления и материалов приводит к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – 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.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределенного круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (то есть возможность купить товар или воспользоваться услугой).

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального 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.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

Согласно части 6 статьи 5 Федерального 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.

Таким образом, данное положение Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

Исходя из положений п. 16 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» по делам о привлечении лиц к ответственности 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.

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.

Слово «непристойный» в соответствии с Толковым словарем русского языка С.И. Ожегова означает «неприличный, бесстыдный». Слово «Бесстыдный» согласно вышеуказанному словарю означает противоречащий общественной морали, непристойный». «Неприличный» - противоречащий правилам приличия. «Приличие» - правило поведения, благопристойность.

К непристойным образам, могут быть отнесены такие образы и выражения, которые нарушают общепринятые модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к непристойным 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. При этом, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

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 и т.п.).

Так, на рекламной конструкции типа сити-формат размещена информация следующего содержания: с одной стороны - «GIGASCHOOL НАУЧУ ТЕБЯ ВЕБ РАЗРАБОТКЕ» с изображением QR-кода, части лица с языком и двух пальцев в форме «V», на которых присутствует надпись «<Hallo World>», с обратной стороны - «GIGASCHOOL ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ДОСТУП К КАЧЕСТВЕННОМУ ОБРАЗОВАНИЮ В САМЫХ ВОСТРЕБОВАННЫХ ИТ-НАПРАВЛЕНИЯХ» с указанием QR-кода.

Данная информация является рекламой, поскольку распространена посредством рекламной конструкции, предназначена для неопределенного круга лиц; привлекает, формирует и поддерживает интерес к организации «GIGASCHOOL», её услугам, а также способствует их продвижению на рынке.

Особое внимание привлекает место размещения данной рекламы - возле государственного высшего учебного заведения, а именно **ФГАОУ ВО «ЮрГУ (НИУ)» (3 корпус) по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, д. 87**. Кроме того, согласно данным 2ГИС рядом с рассматриваемой рекламной конструкцией расположены: сквер, парк, поликлиника, стадион, торговый комплекс и т.д., что свидетельствует об ознакомлении с данной рекламой широкого круга граждан.

Оценка содержания данной рекламы была вынесена на Экспертный совет по применению законодательства о рекламе. По результатам опроса составлен Протокол от 29.11.2023 № 4, в соответствии с которым на поставленные вопросы:

«Считаете ли Вы, что в указанной рекламе присутствуют непристойные образы, жесты, сравнения, выражения?», за ответы «да» проголосовало большинство экспертов.

«По Вашему мнению присутствует ли связь между изображенным жестом и образовательными онлайн-курсами организации «GIGASCHOOL?», за ответы «нет» проголосовало большинство экспертов.

Учитывая изложенное, принимая во внимание результаты Экспертного совета по применению законодательства о рекламе рассматриваемая реклама следующего содержания: с одной стороны - «GIGASCHOOL НАУЧУ ТЕБЯ ВЕБ РАЗРАБОТКЕ» с изображением QR-кода, части лица с языком и двух пальцев в форме «V», на которых присутствует надпись «<Hallo World>», с оборотной стороны - «GIGASCHOOL ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ДОСТУП К КАЧЕСТВЕННОМУ ОБРАЗОВАНИЮ В САМЫХ ВОСТРЕБОВАННЫХ ИТ-НАПРАВЛЕНИЯХ» с указанием QR-кода, содержит нарушение части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 указанного Федерального закона, несет рекламодаделец.

В соответствии с пунктами 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» (ИНН <...>

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу **№ 074/05/5-2942/2023** по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Продлить срок рассмотрения дела **№ 074/05/5-2942/2023 до 22.03.2024.**
3. Назначить дело **№ 074/05/5-2942/2023** к рассмотрению **на 05 февраля 2024 года в 14:00** по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, 59, каб. 330.

4. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявитель;

- лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства: АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА».

5. АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» надлежит направить в Челябинское УФАС России **в срок до 01 февраля 2024 года:**

5.1) письменные пояснения по факту неоднозначности восприятия населением изображения в виде части лица с языком и двух пальцев в форме «V»;

5.2) сведения о всех местах (адресах) распространения данной рекламы, а также аналогичной рекламы;

5.3) макеты согласованной рекламы;

5.4) иные сведения, имеющие значение для рассмотрение данного вопроса.

Все запрошенные документы необходимо представить в копиях, заверенных печатью и подписью, с сопроводительным письмом.

В случае отсутствия документов из приведенного перечня представить письменные объяснения о причинах их отсутствия.

При участии в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе представителей указанных лиц, полномочия представителя должны быть оформлены доверенностью на право представления интересов указанных лиц в антимонопольном органе.

Дополнительно сообщаем, что в целях обеспечения реализации прав на участие в рассмотрении дела путем дистанционного участия посредством видеоконференцсвязи с использованием программного обеспечения TrueConf необходимо на адрес to74@fas.gov.ru заблаговременно представить ходатайство об участии в данном рассмотрении.