



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА № 066/05/5-4793/2020 ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

24 ноября 2020 г.

г. Екатеринбург

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...> (заместитель руководителя Управления), рассмотрев Акты от 03.11.2020 и 16.11.2020, составленные сотрудниками Свердловского УФАС России, заявления физических лиц (вх. № 01-28279 от 26.10.2020, № 01-28281 от 26.10.2020, № 01-28558 от 27.10.2020, № 01-29657 от 10.11.2020, № 01-29658 от 10.11.2020), ООО «Уралинформбюро» и СРОО «Безопасное детство» (вх. № 01-28896 от 30.10.2020) по факту распространения рекламы под названием «Потому что Брусника» с признаками нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступили обращения физического лица (вх. № 01-28279 от 26.10.2020, № 01-28281 от 26.10.2020), а также аналогичного содержания (вх. № 01-29657 от 10.11.2020, № 01-29658 от 10.11.2020), перенаправленные из Прокуратуры Свердловской области, физического лица (вх. № 01-28558 от 27.10.2020), ООО «Уралинформбюро» и СРОО «Безопасное детство» (вх. № 01-28896 от 30.10.2020) с жалобой на распространение рекламного ролика под названием «Потому что Брусника».

Свердловским УФАС России обнаружена реклама 15.11.2020 (Акт Свердловского УФАС России от 16.11.2020), которая была размещена в формате вставки ролика в середине другого ролика на сайте <https://www.youtube.com/>. Согласно информации, размещенной на сайте <https://www.youtube.com/>, формат данной видеорекламы – объявления In-Stream с возможностью пропуска.

В указанном ролике показывается девочка в старой квартире накануне переезда. Девочка идет по двору мимо других детей, провожая взглядом район, и перед тем, как сесть в машину, бросает подругам плюшевого медведя через плечо. И сев в машину, она улыбается и демонстрирует «средний палец».

Слоган рекламы – «Потому что надоело ютиться. Потому что дети. Потому что хочется. Потому что пора. Потому что «Брусника».



Также реклама была размещена 03.11.2020 в социальной сети «Инстаграм» в разделе «Истории». Продолжительность данного ролика составила 14-15 секунд. Ролик начинается с момента, когда девочка собирается сесть в машину, и затем бросает подругам плюшевого медведя через плечо. И сев в машину, улыбается и демонстрирует «средний палец». После чего демонстрируется логотип «Брусника» и надпись «Потому что Брусника» (Акт Свердловского УФАС России от 03.11.2020).

Согласно **п. 4 ч. 4 ст. 5 Закона о рекламе**, реклама не должна формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц.

По мнению заявителей, информация, содержащаяся в рекламе, преподносится таким образом, что формируется негативное отношение к лицам, живущим в многоквартирных домах застройки прошлого века, а также к лицам, которые не воспользовались услугами компании «Брусника». Композиция рекламы выстроена так, что актер рекламы осуждает лиц, которые не переселились в новые дома, а до сих пор живут в домах застройки прошлого века, что является недопустимым в рекламе и содержит признаки нарушения п.4 ч. 4 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно **ч. 6 ст. 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.

Также, по мнению заявителей, реклама содержит признаки нарушения ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе, поскольку в ней изображен ребенок (девочка), показывающий непристойный жест – средний палец руки, получающий одобрение взрослого. Девочка использует неприличный жест «средний палец». Средний палец при этом выступает как фаллический символ. Использование данного жеста, по мнению заявителей,

символизирует оскорбительную демонстрацию мужского полового органа, при этом ассоциируясь с бранным словом, обозначающим мужской половой орган.

По мнению специалистов ФАС России, изложенному в Письме от 29.04.2013 №АД/17355/13 «О порядке применения ч. 6 ст. 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. К *оскорбительным образам, сравнениям и выражениям* – слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

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. При этом, по мнению ФАС России, 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 ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе такую информацию следует оценивать в совокупности с обстоятельствами ее размещения.

Обсценизм («неприличный», «застенчивый») - непристойное выражение, бранное слово, ругательство (Словарь иностранных слов, К., 2006).

Одной из разновидностей обсценной лексики в русском языке является русский мат.

Сленг, жаргон, мат являются ненормативной лексикой, которая способна отрицательно действовать на чувства чести, достоинства добропорядочного гражданина, унижая и оскорбляя его.

В Свободной энциклопедии «Википедия» содержится следующая информация:

Средний палец, или фак (от англ. fuck), – жест, заключающийся в том, что средний палец поднимается вверх или вперед, а остальные четыре пальца прижимаются к ладони.

Жест служит требованием оставить в покое, «отвязаться» (в частности, средний палец приставляют к объективу камеры, требуя прекратить съёмку). В англоязычных странах вербальный аналог этого жеста – ругательство Fuck you! или требование отстать Fuck off!.

В свою очередь, Fuck ([flk]) – обсценное английское слово, которое в глагольной форме обозначает «иметь половое сношение». Может использоваться в других грамматических формах (наречие, прилагательное, существительное, междометие) при описании неприятного человека или события. Прилагательное fucking иногда употребляется в речи для усиления экспрессивности. Употребление fuck считается непристойным и расценивается как оскорбление в официальных, политических и культурных кругах. С другой стороны, данное слово может быть воспринято спокойно и даже ожидаемо в неформальном общении, или же в либерально настроенных культурных группах.

В соответствии с **ч. 7 ст. 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.

Под «существенной информацией» следует понимать ту информацию, которая формирует у потребителя правильное представление об объекте рекламы. При этом потребитель при выборе товара посредством восприятия рекламы делает свой выбор, исходя из самой понятной и самой в его понимании необходимой информации. Кроме того, как отмечает Федеральная антимонопольная служба, существенной является не только информация, привлекательная для потребителя, но и информация, способная обмануть ожидания, сформированные у потребителя такой рекламой. Тем самым, отсутствие какой-либо части информации о предоставляемых услугах не должно приводить к искажению смысла рекламы и способствовать введению в заблуждение потребителей имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами. Указание в рекламе существенной информации о рекламируемом товаре, об условии его приобретения или использования является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Кроме того, по мнению заявителей, в рекламном ролике отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, что вводит в заблуждение потребителей, поскольку в рекламе не представлена существенная информация об объекте рекламирования. В видеоматериале указывается «Застройщик ООО «Брусника»; Проектные декларации на brusnika.ru; Логотип компании и надпись «Потому что Брусника». Совокупность данной информации, по мнению заявителей, не может считаться существенной для характеристики рекламного объекта.

В целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта, согласно **ст. 6 Закона о рекламе**, в рекламе не допускаются:

- 2) побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемый товар;
- 4) создание у несовершеннолетних впечатления о том, что обладание рекламируемым товаром ставит их в предпочтительное положение перед их сверстниками;
- 5) формирование комплекса неполноценности у несовершеннолетних, не обладающих рекламируемым товаром.

Реклама, по мнению заявителей, направлена на побуждение несовершеннолетних, просмотревших рекламу, обратиться к родителям с просьбой купить рекламируемый товар. Созданный в рекламе образ несовершеннолетнего может быть воспринят иными несовершеннолетними как своеобразная модель поведения для того, чтобы убедить родителей в необходимости покупки квартиры у застройщика ООО «Брусника. Строительство и девелопмент» (п. 2). Реклама создает у несовершеннолетних впечатление, что переезд и жизнь в новом доме, построенным ООО «Брусника. Строительство и девелопмент», ставит их в предпочтительное положение перед их сверстниками, которые проживают в домах застройки прошлого века (п. 4). Реклама показывает, что жизнь несовершеннолетних в домах застройки прошлого века является неполноценной и некомфортной, в сравнении с жизнью тех детей, которые переехали в дом, построенный ООО «Брусника. Строительство и девелопмент», что может формировать комплекс неполноценности у несовершеннолетних, не обладающих рекламируемым товаром (п. 5).

В рекламном ролике указано наименование застройщика – ООО «Брусника», а также указано: «Проектные декларации на сайте brusnika.ru».

Исходя из информации, содержащейся на сайте <https://brusnika.ru/>, компания «Брусника» осуществляет деятельность по строительству жилых многоквартирных домов

на территории Тюмени, Новосибирска, Екатеринбурга, Сургута, Кургана и Московской области.

В соответствии с **ч. 7 ст. 28 Закона о рекламе**, реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать **адрес сайта единой информационной системы жилищного строительства** в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», на котором осуществляется размещение проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, может содержать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов - наименование жилого комплекса), если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

При этом в соответствии Постановлением Правительства Российской Федерации от 25.09.2018 № 1133 «Об установлении адреса сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», в качестве адреса сайта единой информационной системы жилищного строительства в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» установлен адрес сайта <https://наш.дом.рф>.

В рекламе отсутствует адрес сайта единой информационной системы жилищного строительства.

Ответственность за нарушение требований, установленных **ч. 2-8 ст. 5, ст. 6, ст. 28** Закона о рекламе, несет рекламодатель (ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе).

Рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных **ч. 7 ст. 28** Закона о рекламе (ч. 7 ст. 28 Закона о рекламе).

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (ст. 3 ФЗ «О рекламе»).

Рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламопроизводитель – лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму (п. 6 ст. 3 Закона о рекламе).

Рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в частях 6 и 7 ст. 38 Закона о рекламе, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Свердловским УФАС России установлено распространение рекламного ролика на сайте <https://www.youtube.com/>, а также в социальной сети «Инстаграм» в разделе «Истории». При нажатии на вставку «Подробнее» (в обеих социальных сетях) осуществляется переход на сайт <https://ekaterinburg.brusnika.ru/>, на котором, в том числе в разделе «Официальные документы» размещена информация об ООО «Брусника. Строительство и девелопмент» (ИНН 6685151087, ОГРН 1186658052470) и ООО «Брусника». Специализированный застройщик» (ИНН 6671382990, ОГРН 1116671018958).

Согласно данным ресурса <https://cctld.ru/ru/> регистратором домена BRUSNIKA.RU является АО «Региональный Сетевой Информационный Центр» (RU-CENTER).

АО «РСИЦ» за вх. № 01-30841 от 20.11.2020 на запрос Свердловского УФАС России сообщило, что администратором домена второго уровня BRUSNIKA.RU с 03.07.2018 и по настоящее время является ООО «Брусника. Тюмень» (ИНН 7202127570, адрес места нахождения: 625003, г. Тюмень, ул. Кирова, 40). Договор № 3358300/NIC-D заключен путем акцепта публично оферты 25.01.2020.

На сайте <https://ekaterinburg.brusnika.ru/> размещен договор аренды доменного имени третьего уровня от 01.01.2017 между ООО «Брусника. Тюмень» (ИНН 7202127570, ОГРН 1047200611589) и ООО «Брусника. Екатеринбург» (ИНН: 6671382990, ОГРН: 1116671018958, в настоящее время – ООО «Брусника». Специализированный застройщик»), по условиям которого ООО «Брусника. Тюмень» (Арендодатель) предоставляет ООО «Брусника». Специализированный застройщик» (Арендатор) во владение и пользование доменное имя третьего уровня ekaterinburg.brusnika.ru.

Таким образом, предполагаемыми рекламодателями рекламы являются:

1) ООО «Брусника. Строительство и девелопмент» (ОГРН: 1186658052470, Дата присвоения ОГРН: 11.07.2018, ИНН: 6685151087, юр. адрес: 620075, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Малышева, д. 51, офис 37/05;

2) ООО «Брусника». Специализированный застройщик» (ИНН: 6671382990, ОГРН: 1116671018958, юр. адрес: 620075, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Малышева, 51, офис 37/05).

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 066/05/5-4793/2020 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

2. Признать лицами, участвующими в деле:

- заявители: физические лица, ООО «Уралинформбюро», СРОО «Безопасное детство»;

- лица, в действиях которых содержатся признаки нарушения рекламного законодательства (рекламодатели):

1) ООО «Брусника. Строительство и девелопмент» (ИНН: 6685151087, ОГРН: 1186658052470, юр. адрес: 620075, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Малышева, д. 51, офис 37/05;

2) ООО «Брусника». Специализированный застройщик» (ИНН: 6671382990, ОГРН: 1116671018958, юр. адрес: 620075, Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Малышева, 51, офис 37/05).

3. Назначить дело к рассмотрению на **17 декабря 2020 г. в 17 час. 00 мин.** по адресу: г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, 3 этаж, зал заседания комиссии (каб. 314);

4. Рассмотрение дела провести путем видеоконференцсвязи с использованием программы «TrueConf», для участия в которой **17 декабря 2020 г. в 17 часов 00 минут** необходимо перейти по ссылке <https://fas2.tconf.rt.ru/c/5827263252> в назначенное время рассмотрения дела. Подключение и исправность технических устройств связи необходимо проверить заблаговременно, до начала рассмотрения дела.

5. ООО «Брусника. Строительство и девелопмент» представить в Свердловское УФАС России в срок до **15 декабря 2020 г.** следующие документы и сведения:

- 1) копии учредительных документов;
- 2) копию свидетельства о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя;
- 3) копию свидетельства о постановке на налоговый учет;
- 4) копии документов, отражающие решение о назначении руководителя Общества;
- 5) копию паспорта руководителя Общества (развороты страниц с фотографией и адресом регистрации);
- 6) копии утвержденных макетов рекламы;
- 7) сведения **обо всех средствах и способах распространения рекламы**, указанной в Определении (с приложением подтверждающих документов);
- 8) сведения о лице, определившем содержание указанной в данном Определении рекламы (с приложением подтверждающих документов);
- 9) сведения о периоде распространения рекламы, указанной в Определении (с приложением подтверждающих документов);
- 10) сведения о территории распространения указанной рекламы;
- 11) копию договора с рекламодателем/рекламодателями указанной в настоящем Определении рекламы со всеми имеющимися приложениями и дополнительными соглашениями;
- 12) копию договора с рекламодателем/рекламодателями указанной в настоящем Определении рекламы со всеми имеющимися приложениями и дополнительными соглашениями;
- 13) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения Закона о рекламе.

6. **ООО «Брусника». Специализированный застройщик»** представить в Свердловское УФАС России в срок **до 15 декабря 2020 г.** следующие документы и сведения:

- 1) копии учредительных документов;
- 2) копию свидетельства о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя;
- 3) копию свидетельства о постановке на налоговый учет;
- 4) копии документов, отражающие решение о назначении руководителя Общества;
- 5) копию паспорта руководителя Общества (развороты страниц с фотографией и адресом регистрации);
- 6) копии утвержденных макетов рекламы;
- 7) сведения **обо всех средствах и способах распространения рекламы**, указанной в Определении (с приложением подтверждающих документов);
- 8) сведения о лице, определившем содержание указанной в данном Определении рекламы (с приложением подтверждающих документов);
- 9) сведения о периоде распространения рекламы, указанной в Определении (с приложением подтверждающих документов);
- 10) сведения о территории распространения указанной рекламы;
- 11) копию договора с рекламодателем/рекламодателями указанной в настоящем Определении рекламы со всеми имеющимися приложениями и дополнительными соглашениями;

12) копию договора с рекламодателем/рекламодателями указанной в настоящем Определении рекламы со всеми имеющимися приложениями и дополнительными соглашениями;

13) письменное объяснение по факту распространения рекламы с признаками нарушения Закона о рекламе.

Документы, подтверждающие полномочие лиц, участвующих в рассмотрении дела, необходимо направить заблаговременно по адресу электронной почты – tob6-kuleshova@fas.gov.ru.

Участие ООО «Брусника. Строительство и девелопмент», ООО «Брусника». Специализированный застройщик», в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей (ч. 6 ст. 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях).

Согласно Поручению руководителя ФАС России И.Ю. Артемьева от 12.05.2020 №01-016-ИВ/пр в целях организации работы в период поэтапного прекращения ограничительных мер, направленных на противодействие распространению новой коронавирусной инфекции (COVID-19), и в целях дальнейшего обеспечения эффективности принимаемых санитарно-эпидемиологических мер, территориальным органам ФАС России поручено рассмотрение дел о нарушении рекламного законодательства осуществлять преимущественно с использованием средств видеоконференц-связи.

Председатель Комиссии

<...>