

**ИП <...>
(I-ТОВАССО НООКАН MARKET
(Магазин по продаже кальянов,
табака)**

**Заявитель:
вх. № 170/23 от 10.01.2023**

РЕШЕНИЕ
по делу № 002/05/5-194/2023

27.02.2023 года

г. Уфа, ул. Пушкина, 95

Решение в полном объеме изготовлено «01» марта 2023 года

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...>;

Члены Комиссии:

<...>;

<...>;

рассмотрев дело № 002/05/5-194/2023, возбужденное по обращению физического лица в отношении I-ТОВАССО НООКАН MARKET (Магазин по продаже кальянов, табака), по факту размещения/распространения рекламы с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее - ФЗ «О рекламе», Закон о рекламе) в присутствии:

- ИП <...>,

УСТАНОВИЛА:

10.01.2023 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан (далее - УФАС по РБ, антимонопольная служба) через Администрацию г. Уфы поступило заявление гражданина (вх. № 170/23) с жалобой на ненадлежащую рекламную информацию магазина I-Товассо (адрес: г. Уфа, ул. Коммунистическая, 49 (ул. М. Карима, 2), размещенную в оконном проеме следующего содержания:

«Кальян не #@й кури-кайфуй».

По мнению Заявителя, данная надпись, выполненная с помощью световых букв, является непристойной и в завуалированной форме содержит нецензурное слово.

Сотрудниками Башкортостанского УФАС России осуществлен выезд по указанному адресу в ходе которого установлено, что спорная информация по состоянию на 20.01.2023 года продолжает размещаться по данному адресу.

06.02.2023 года Башкортостанским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело № 002/05/5-194/2023 по признакам нарушения требований ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечены:

• **Заявитель:**

- вх. № 170/23 от 10.01.2023.

• **Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:**

- I-ТОВАССО НООКАН MARKET (Магазин по продаже кальянов, табака).

Рассмотрение дела назначено на 27.02.2023 года.

27.02.2023 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/5-194/2023 по признакам нарушения законодательства о рекламе присутствовал:

- ИП <...> (паспорт).

ИП <...> озвучена позиция по делу, представлены запрошенные сведения (документы и материалы) (вх. № 2969/23 от 27.02.2023).

Установлено что верное наименование лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ИП <...>.

Исследовав материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия приходит к выводу, что наружная реклама магазина I-Tobacco (адрес: г. Уфа, ул. Коммунистическая, 49 (ул. М. Карима, 2), размещенная в оконном проеме следующего содержания:

«Кальян не #@й кури-кайфуй».

нарушает требования части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

При этом Комиссия исходит из следующего.

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

По смыслу законодательного определения рекламой считается та информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному

кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок. Иными словами, реклама призвана выделить рекламируемый объект из ряда других объектов и привлечь к нему внимание, а также побуждать лиц из числа неопределенного круга, среди которых распространялась реклама, обратиться за приобретением товара.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками:

- распространена наружным способом путем размещения световых букв в оконном проеме магазина.
- является общедоступной для восприятия неопределенного круга лиц (пешеходов, водителей и т.д.), поскольку распространена посредством наружной рекламы.
- направлена на привлечения внимания потребителей к услугам и товарам, предоставляемым соответствующим рекламодателем (магазин I-Tobacco) и осуществляемой им деятельности и способствует формированию интереса к реализуемым товарам и их продвижение на рынке.
- объектом рекламирования выступает товар (услуги) магазина по реализации продукции.
- целью распространения рекламы является увеличение спроса на рекламируемый товар (услуги).

Частью 1 статьи 5 ФЗ «О рекламе» установлено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно части 6 статьи 5 ФЗ «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.

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.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также такие слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления. При этом на смысл восприятия слова или словосочетания, в том числе, влияет акустическо-речевое звучание (сочетание звуков).

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).

Согласно позиции Пленума ВАС РФ, изложенной в пункте 16 Постановления от 08.10.2012 N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» (далее – Пленум № 58), при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных специальных знаний, как правило, не требуется.

В рассматриваемой рекламе «Кальян не #@й кури-кайфуй» в виду его стилистики написания (а именно сокрытие первых двух букв) воспринимается как непристойное выражение, содержащее смысловые ассоциации непристойного и двусмысленного характера. Демонстрация таких выражений в общественных местах для широкого публичного обозрения противоречит общепринятой модели поведения.

Использование такого способа доведения рекламной информации является маркетинговым решением, направленным на привлечение внимания потребителей посредством использования преднамеренной игры слов, основанной на одинаковом звучании с бранным словом.

Таким образом, спорная реклама нарушает часть 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе»

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение указанной нормы несет рекламодаделец.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (пункт 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе»).

Материалами дела установлено, что рекламодателем данной рекламы выступил ИП <...> (договор аренды нежилого помещения от 11.11.2022 №1). Указанный факт стороной по делу не оспаривается.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

В силу пункта 54 Правил при добровольном устранении лицом (лицами) совершенного нарушения антимонопольный орган вправе не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. В

этом случае основания нецелесообразности выдачи предписания излагаются в мотивировочной части решения по делу.

В связи с представлением ИП <...> доказательств устранения правонарушения (вх. № 2969/23 от 27.02.2023), Комиссией принято решение не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, так как реклама с нарушением в данный момент не распространяется.

Резолютивная часть решения оглашена на заседании Комиссии Башкортостанского УФАС России 27.02.2023 года.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-49, 54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ИП <...> рекламодателем.

2. Признать наружную рекламу магазина I-Тобассо (адрес: г. Уфа, ул. Коммунистическая, 49 (ул. М. Карима, 2), размещенную в оконном проеме следующего содержания: «Кальян не #@й кури-кайфуй», ненадлежащей, поскольку она нарушает требования части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

3. В соответствии с пунктом 54 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

4. Передать материалы дела для возбуждения административного производства, предусмотренного статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП <...>.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>