

ООО «ЮГ»  
ООО «ЮГН»  
ИП Ф

**Заявители:**

**вх. № 7493/23 от 16.05.2023**

## **ОПРЕДЕЛЕНИЕ**

### **О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 002/05/5-1016/2023**

20.11.2023 года

г. Уфа, [REDACTED]

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

Председатель Комиссии:

[REDACTED] – заместитель руководителя – начальник отдела взаимодействия с государственными органами, аналитической работы и рекламы;

Члены Комиссии:

[REDACTED] – заместитель начальника отдела взаимодействия с государственными органами, аналитической работы и рекламы,

[REDACTED] – ведущий специалист-эксперт отдела взаимодействия с государственными органами, аналитической работы и рекламы,

рассмотрев дело № 002/05/5-1016/2023, возбужденное по обращению физического лица в отношении ООО «ЮГ» (ОГРН [REDACTED]; ИНН [REDACTED]), ООО «ЮГН» (ОГРН [REDACTED], ИНН [REDACTED]) и ИП Ф (ОГРНИП [REDACTED], ИНН [REDACTED]) 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:

- [REDACTED] (доверенность от 14.06.2023) – представителя ООО «ЮГ», ООО «ЮГН»;

- [REDACTED] (доверенность) – представителя ИП Ф.

### **УСТАНОВИЛА:**

16.05.2023 года в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан (далее - УФАС по РБ, антимонопольная служба) поступило коллективное обращение от граждан (вх. № 7493/23) с жалобой на ненадлежащую рекламу, размещенную на щитовой установке по адресу: г. Уфа, ул. Кирова 45 следующего содержания:



По мнению Заявителей, данная реклама является ненадлежащей, так как нарушает общепринятые нормы и принципы поведения в обществе – «В районе витаминного завода г. Уфы размещен рекламный баннер коттеджного поселка «Восточный». Считаем данную рекламу незаконной нарушающей положения Федерального закона «О рекламе», поскольку, привлекая потребителей с целью продажи домов используются недобросовестные методы. Так на баннере на фоне, приближенных друг к другу, мужчины и женщины большими буквами написано «ЛЮБИТЕ», ниже надпись «дома от 3250000 рублей». Полагаю, что рекламодатель манипулирует светлым понятием Любви, желая продать недвижимость и привлечь как можно побольше покупателей, осуществляет подмену понятий, опошляя понятие Любви в сознании людей, а прежде всего молодежи, допускает двусмысленность, прослеживается интимный (сексуальный) контекст. Кроме того, указанная реклама формирует ассоциацию, что любить возможно только при наличии не менее 3250000 рублей. Согласно Указу Президента РФ от 02.07.2021 № 400 «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» защита национальных интересов Российской Федерации осуществляются за счет концентрации усилий и ресурсов органов публичной власти, организаций и институтов гражданского общества на реализации, в том числе такого стратегического национального приоритета, как защита традиционных российских духовно-нравственных ценностей, культуры и исторической памяти. Для формирования культурного общества с духовно-нравственными ценностями необходимо пропагандировать понятие Любви чистыми и светлыми образами, которые позволят вырастить патриотичное поколение, а не подменять понятия, делая развлечения из общечеловеческих ценностей...».

Сотрудниками Башкортостанского УФАС России осуществлен выезд по указанному адресу в ходе которого установлено, что спорная информация по состоянию на 22.05.2023 года продолжает размещаться.

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 с использованием рекламной конструкции (щитовая установка).
- 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, предоставляемые соответствующим рекламодателем (ООО «ЮГ») и осуществляемой им деятельности и способствует формированию интереса к реализуемым товарам и их продвижение на рынке.
- объектом рекламирования выступает товар (услуги) – коттеджный поселок «Восточный», а также услуги по выполнению подрядных работ по строительству жилого дома в деревне Крючевка Уфимского района РБ.
- 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.

Спорная реклама имеет признаки нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

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

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

29.05.2023 года Башкортостанским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело № 002/05/5-1016/2023 по признакам нарушения требований части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе». К участию в деле привлечены:

• **Заявители:**

- вх. № 7493/23 от 16.05.2023.

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

- ООО «ЮГ» (ОГРН; ИНН).

Рассмотрение дела назначено на 19.06.2023 года.

19.06.2023 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/5-1016/2023 по признакам нарушения законодательства о рекламе присутствовала:

- (доверенность от 14.06.2023) – представитель ООО «ЮГ». Озвучена позиция, представлены сведения (документы и материалы) в рамках дела (вх. № 9419-ЭП/23 электронная почта, 9448/23 от 19.06.2023).

В связи с необходимостью получения дополнительных доказательств, а также необходимостью получения по данному делу объективной и полной информации, в соответствии с пунктом 37 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия объявила перерыв в рассмотрении дела до 22.06.2023 года.

От Заявителей поступило ходатайство о рассмотрении дела без их участия (вх. № 9440 от 19.06.2023 электронная почта).

22.06.2023 года рассмотрение Комиссией дела № 002/05/5-1016/2023 после

перерыва продолжено с момента, на котором оно было прервано в присутствии:

- (доверенность от 14.06.2023) – представителя ООО «ЮГ». Озвучена позиция, представлены дополнительные сведения (вх. № 9697-ЭП/23 от 22.06.2023 электронная почта).

17.07.2023 года на заседании Комиссии по рассмотрению дела № 002/05/5-1016/2023 по признакам нарушения законодательства о рекламе присутствовали:

- (доверенность от 14.06.2023) – представитель ООО «ЮГ».

- (без доверенности) – представитель ИП Ф.

Представителями озвучена позиция по делу, представлены дополнительные материалы по делу. (вх. № 10926/23 от 17.07.2023) (вх. №10927/23 от 17.07.2023).

Согласно письму ФАС России от 12.04.2019 N АК/29989/19 в целях всесторонней и полной оценки рекламы на предмет наличия или отсутствия признаков нарушения рекламного законодательства, особенно в случаях, когда анализ рекламы связан с выявлением субъективно-оценочных характеристик, территориальные органы ФАС России вправе вынести указанную рекламу на рассмотрения Экспертного совета по рекламе.

В соответствии с пунктом 39 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрение дела может быть приостановлено антимонопольным органом в случае необходимости проведения экспертизы или получения заключения специалиста.

Течение срока при приостановлении рассмотрения дела прерывается и продолжается с даты возобновления дела.

14.06.2023 года производству по делу № 002/05/5-1016/2023 приостановлено до получения заключения Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе.

Рассмотрение дела возобновляется после устранения обстоятельств, вызвавших его приостановление, и продолжается с момента, с которого оно было приостановлено.

11.09.2023 года состоялось заочное заседание Экспертного Совета по рекламе при Башкортостанском УФАС России.

Итоги Экспертного Совета размещены на сайте антимонопольной службы (<https://bash.fas.gov.ru/protocol/16831>).

В связи с получением заключения Экспертного совета оснований для дальнейшего приостановления производства по делу отсутствуют.

13.11.2023 года рассмотрение дела возобновлено.

Рассмотрение дела назначено на 20.11.2023 года.

20.11.2023 года на заседании Комиссии присутствуют:

- (доверенность от 14.06.2023) – представитель ООО «ЮГ», ООО «ЮГН»;

- (доверенность) – представитель ИП Ф.

Сторонами озвучена позиция по делу.

Исследовав материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия пришла к выводу, что в спорной рекламе отсутствует непристойный контекст. Изображение пары не содержит вызывающих (в том числе эротических) или оскорбительных образов.

На заседании Экспертного совета, которое состоялось 11.09.2023 года в заочной форме, Члены Экспертного совета отметили, что рекламная информация является профессиональной, эффективной и в то же время поддерживающей важные для общества социально-значимые цели: *«Текст рекламы и изображение не содержит непристойные или оскорбительные образы. На картинке размещена пара, приближенные и улыбающиеся друг к другу мужчина и женщина, что не является оскорбительным или неприличным. Ни форма взаимодействия пары, ни внешний вид не создают интимный (сексуальный) контекст. Близкое расположение друг к другу и улыбки не порицаемы в нашем обществе, являются нормой доверительного общения и проявления в публичном пространстве. Смысл же текста напротив направлен на укрепление человеческих ценностей. Любовь – это возвышенные чувства, которые испытывают люди в семье, к близким, к Родине. Согласно разным источникам, словарям и энциклопедиям, нигде слово Любовь не используется в непристойном смысле».*

Члены Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе большинством голосов определили, что в спорной рекламе не содержится непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения.

Таким образом, рассматриваемая рекламная информация не нарушает требований части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

На основании изложенного, а также имеющихся в деле документов и доказательств, Комиссией установлено неподтверждение в ходе рассмотрения дела наличия факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь подпунктом «а» пункта 40 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 N 1922, Комиссия,

#### **ОПРЕДЕЛИЛА:**

1. Производство по делу № 002/05/5-1016/2023 в отношении ООО «ЮГ» (ОГРН ; ИНН), ООО «ЮГН» (ОГРН, ИНН) и ИП Ф (ОГРНИП, ИНН) прекратить.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии

