

**Управление Федеральной антимонопольной службы
по Республике Коми**

РЕШЕНИЕ

13 февраля 2020 года

(изготовление решения в полном объеме)

12 февраля 2020 года

(оглашение резолютивной части)

№ 03-01/1174

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Коми УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

<...>;

рассмотрев дело № 011/05/5-6/2020, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <...>, ОГРНИП <...>, ИНН <...> (далее - ИП <...>) по факту распространения на рекламных конструкциях в г. Сосногорске реклам службы доставки «Имбирь» с признаками нарушения требований ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в отсутствие:

- заявителя <...> (далее – <...>), надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела;
- заявителя <...> (далее – <...>), надлежащим образом извещенной о времени и месте рассмотрения дела;

- ИП <...>, надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела, направившего ходатайство о рассмотрении дела в свое отсутствие;
- заинтересованного лица – <...>, надлежащим образом извещенного о времени и месте рассмотрения дела;

УСТАНОВИЛА:

В Коми УФАС России поступило обращение <...> от 29.11.2019 (вх. № К-133 от 29.11.2019), а также обращение <...> от 19.11.2019, направленное письмом ГКУ РК «Коми реклама» от 22.11.2019 № 03-15/2506 (вх. № 5893 от 25.11.2019), и обращение <...> от 18.12.2019 (вх. № 5512-э от 19.12.2019) о размещении на рекламных конструкциях в г. Сосногорске непристойной рекламы службы доставки «Имбирь».

По результатам рассмотрения указанных обращений принято решение о возбуждении дела № 011/05/5-6/2020 в отношении ИП <...> по признакам нарушения ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе, о чем вынесено соответствующее определение № 03-01/104 от 13.01.2020.

Из материалов дела № 011/05/5-6/2020 (далее – рекламное дело) усматривается нижеследующее.

На рекламных конструкциях, установленных на территории г. Сосногорска Республики Коми, размещены рекламы службы доставки «Имбирь».

На одной из реклам изображена полуобнажённая женщина с рогами и размещена информация следующего содержания: «ИМБИРЬ служба доставки Я ДАМ ТЕБЕ! роллы суши пиццу шаурму Позвони мне! <...>».

На другой рекламе изображена полуобнажённая женщина в красном купальнике и размещена информация следующего содержания: «ИМБИРЬ служба доставки Я ДАМ ТЕБЕ! роллы суши пиццу шаурму Позвони мне! <...>».

В соответствии с положениями, установленными п. 1 ст. 3 Закона 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 или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- распространена посредством размещения на рекламных конструкциях;

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования: службе доставки «Имбирь», роллам, суши, пицце, шаурме, формирование или поддержание интереса к ним, и их продвижение на рынке.

Таким образом, указанная информация является рекламой (далее – рассматриваемые рекламы).

Заявители считают, что рассматриваемые рекламы являются безнравственными.

В силу положений, установленных 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.

Коми УФАС России 03.10.2019 заключено соглашение с Саморегулируемой организацией Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (далее – СРО АМИ РС, соглашение). Предметом соглашения является, в том числе организация профессионально-консультационного взаимодействия Коми УФАС России и СРО АМИ РС по вопросам экспертизы и оценки рекламы на предмет соответствия требованиям действующего законодательства.

В соответствии с п. 2.1 соглашения в случае возникновения у Коми УФАС России вопросов относительно содержания и восприятия рекламы, распространяемой на территории региона, рассматриваемой Коми УФАС России на основании обращения юридических или физических лиц или в результате собственного мониторинга, Коми УФАС России вправе направить соответствующий запрос в СРО АМИ РС, поставив в нем необходимые вопросы, касающиеся спорной рекламы и/или переслав соответствующую жалобу юридического или физического лица.

В связи с чем, Коми УФАС России письмом от 02.12.2019 № 03-05/9301 направило в адрес СРО АМИ РС фотографии рассматриваемых реклам с просьбой рассмотреть их на предмет восприятия с точки зрения потребителя и выразить мнение отдельно по каждой из указанных реклам по следующим вопросам:

- Имеет ли место использование в рассматриваемой рекламе бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений?

- Если в рассматриваемой рекламе имеет место использование бранных

слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, то в отношении каких объектов (пол, возраст, иное)?

СРО АМИ РС по результатам рассмотрения запроса Коми УФАС России письмом № 238-323 от 16.12.2019 (вх. № 5479-э от 17.12.2019) представила решение, в котором указала, что эксперты единогласно пришли к следующим выводам:

- в рассматриваемых рекламах содержатся оскорбительные и непристойные образы, сравнения и выражения;
- в рассматриваемых рекламах имеются нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе, а также норм, изложенных в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

Эксперты мотивировали свою позицию следующими выводами:

- непристойным в отношении женского пола является сочетание текста и визуального образа;
- текстовое выражение, использованное в обеих рекламах, оскорбительно для человеческого достоинства независимо от возраста, пола и сексуальной ориентации;
- непристойный визуальный образ полуобнажённой женщины и непристойное двусмысленное выражение «я тебе дам» означает обещание женщины вступить в половую связь; оскорбительность этому выражению придаёт обещание половой связи любому желающему, что является унижительным для человеческого достоинства и непристойным при использовании в не соответствующих обстоятельствах;
- оскорбительным для чувств христиан является использование традиционного образа (рога, хвост, трезубец и т.д.) дьявола в женском облике как положительного персонажа, олицетворяющего рекламодателя, к установлению партнёрских отношений, к которым призывается потребитель.

СРО АМИ РС выявлено в рассматриваемых рекламах нарушение ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

ФАС России в письме от 29.04.2013 № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» разъяснила следующее.

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 части 6 статьи 5 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, кладбищам и т.п.).

Как видно из материалов рекламного дела, и заявители, и эксперты СРО АМИ РС воспринимают рассматриваемые рекламы как неэтичные.

Кроме того, как следует из заявления <...>, одна из реклам размещена на близком расстоянии от школы № 4 г. Сосногорска.

На основании вышеизложенного, принимая во внимание, в том числе обстоятельства размещения рассматриваемых реклам, Комиссия приходит к выводу, что в рассматриваемых реклам содержатся оскорбительные и непристойные образы и выражения в отношении женского пола, использованное в реклам текстовое выражение оскорбительно для человеческого достоинства. Кроме того, использование в одной из реклам традиционного образа дьявола в женском облики является оскорбительным для чувств христиан.

Учитывая изложенное, рассматриваемые рекламы распространены в нарушение требований ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушение требований, установленных ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе, ответственность несет рекламодатель.

В соответствии с ч. 8 ст. 38 Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 настоящей статьи, в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его

вине.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе рекламодаделец – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

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

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

Из письменных пояснений, представленных ИП <...> и <...> в материалы рекламного дела, следует, что рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламодателем рассматриваемых реклам является ИП <...>.

ИП <...> пояснил, что он сам определил наполнение и содержание рассматриваемых реклам, придумал эскизы, изготовил их и разместил на рекламных конструкциях.

В материалы рекламного дела представлена копия договора аренды рекламного щита, заключенного 13.11.2019 между <...> (арендодатель) и ИП <...> (арендатор).

Согласно пунктам 1.2, 1.6, 1.7 указанного договора арендодатель обязуется передать арендатору во временное пользование следующее имущество: одну сторону рекламных щитов (билбордов) размером 3 на 6 метров, расположенных по адресам: г. Сосногорск, ул. Гоголя/Зои Космодемьянской, сторона носителя «А»; г. Сосногорск, ул. Вокзальная, напротив строения 66, сторона носителя «А». Имущество предназначено для использования в качестве места размещения рекламы арендатора. Реклама, размещенная на рекламном щите, не является собственностью арендодателя, арендатор несет риск ее гибели или повреждения.

Пунктом 5.1 указанного договора установлено, что объект сдается в аренду сроком с 15.11.2019 по 15.01.2020.

В материалах рекламного дела имеются копии актов № 1 от 13.12.2019, № 2 от 13.01.2020, подписанных <...> и ИП <...>. Согласно данным актам услуги по аренде рекламных щитов по указанным в договоре адресам за периоды с 15.11.2019 по 15.12.2019, с 15.12.2019 по 15.01.2020 выполнены полностью и в срок; ИП <...> претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

Из материалов рекламного дела усматривается, что услуги службы доставки «Имбирь», о которых идет речь в рассматриваемых реклам, оказываются ИП <...>. В материалы рекламного дела представлена копия договора

аренды нежилого помещения от 10.01.2017, согласно которому ИП <...> передала ИП <...> во временное владение и пользование часть нежилого помещения, находящегося по адресу: г. Сосногорск, ул. Набережная, д. 22, стр. 5, для организации общепита.

Из имеющихся материалов усматривается, что рекламодателем, рекламопроизводителем и рекламораспространителем рассматриваемых реклам является ИП <...>.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела установлено, что нарушение требований, установленных ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе, произошло по вине рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламораспространителя рассматриваемых реклам - ИП <...>.

ИП <...> в письменных пояснениях указал, что при изготовлении и размещении рассматриваемых реклам не имел злого умысла; пользуясь информацией из Интернета, он был уверен, что не нарушает требований Закона о рекламе, а именно запреты в отношении рекламы сигарет, наркотиков, алкоголя, рекламы, содержащей призыв к насилию, расизм, терроризм, унижение конкурентов, детскую порнографию, нецензурные выражения, иностранные слова без перевода, некорректные сравнения.

Вместе с тем, из материалов рекламного дела усматривается, что ИП <...> не предпринято должных мер, направленных на соблюдение требований законодательства Российской Федерации о рекламе при распространении рассматриваемых реклам, что и привело к нарушению.

Таким образом, ИП <...> нарушены требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

Из письменных пояснений <...> и ИП <...> следует, что рассматриваемые рекламы распространялись на территории г. Сосногорска на двух рекламных конструкциях в период с 15.11.2019 по 15.01.2020, демонтаж реклам произведен 15.01.2020.

Однако на дату принятия Комиссией решения в материалах рекламного дела отсутствуют доказательства прекращения распространения рассматриваемых реклам.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу о необходимости выдачи ИП <...> предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащих реклам.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 №

508, п. 3.58, 3.59 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС России от 23.11.2012 № 711/12 (далее – Регламент), Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламы следующего содержания: «ИМБИРЬ служба доставки Я ДАМ ТЕБЕ! роллы суши пиццу шаурму Позвони мне! <...>», размещенные на рекламных конструкциях, установленных в г. Сосногорске Республики Коми по следующим адресам: ул. Гоголя/Зои Космодемьянской, сторона носителя «А», ул. Вокзальная, напротив строения 66, сторона носителя «А», ненадлежащими, поскольку они распространены с нарушением требований ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП <...> (ОГРНИП <...>, ИНН <...>) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения указанных в пункте 1 Решения ненадлежащих реклам.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...> (ОГРНИП <...>, ИНН <...>) дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 13 февраля 2020 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня принятия решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии _____ <...>

Члены Комиссии _____ <...>

_____ <...>