

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 04-5/74 по признакам нарушения
законодательства Российской Федерации о рекламе

12 ноября 2018 года

г. Хабаровск

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по признакам нарушения законодательства о рекламе, рассмотрев материалы, представленные отделом рекламы и недобросовестной конкуренции, о признаках нарушения ООО «Премимум» требований части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы с использованием непристойных и оскорбительных образов,

УСТАНОВИЛ:

На рассмотрении Хабаровского УФАС России находятся заявления граждан (вх. № 4/10978э от 27.09.18г., № 4/11044э от 28.09.18г., № 4/11667 от 15.10.18г.) о нарушении требований рекламного законодательства при распространении в районе ул. Ленина - ул. Вострецова, ул. Комсомольская, 42 - ул. Ленина, ул. Тургенева, 36, наружной рекламы салона нижнего белья «Парижанка».

При рассмотрении заявления установлено, что в г. Хабаровске в районе ул. Ленина - ул. Вострецова, ул. Комсомольская, 42 - ул. Ленина, размещена реклама, содержащая образ лежащей на постели женщины в черном прозрачном нижнем белье и чулках; в районе ул. Тургенева, 36 размещена реклама, содержащая образ стоящей женщины в прозрачном черном нижнем белье и чулках.

Реклама в районе ул. Ленина - ул. Вострецова распространяется с 01.05.2018г. по 31.12.2018г., ул. Комсомольская, 42 - ул. Ленина - с 01.10.2018г. по 31.12.2018г.

Кроме того, наружная реклама салона нижнего белья «Парижанка» распространяется в районе ул.Пушкина - ул. Ким Ю Чена (с 01.05.2018г. по 31.12.2018г.), ул. Ленинградская (магазин «Радости») (с 01.07.2018г. по 31.12.2018г.), ул. Калинина, 118 (с 01.09.2018г. по 31.12.2018г.), Уссурийский бульвар - ул. Дикопольцева (с 01.10.2018г. по 31.12.2018г.).

С учетом того, что реклама размещена с использованием рекламной конструкции, она становится общедоступной для восприятия широким кругом лиц, в том числе несовершеннолетними.

В силу части 6 статьи 5 Федерального закона № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О 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.

Данное положение Закона запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения, которые нарушают общепринятые нормы.

Согласно информации, содержащейся в Толковом словаре русского языка Ожегова С. И., понятие «непристойный» определяется как неприличный, бесстыдный; «бесстыдный» - противоречащий общественной морали, непристойный; «неприличный» - противоречащий правилам приличия; «приличие» - правило поведения, вежливость, благопристойность.

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.

Используемый в рекламе образ женщины в прозрачном нижнем белье открыто демонстрирует полуобнаженное женское тело, нарушая традиционно сложившиеся в обществе нравственные нормы, кроме того, такая демонстрация является неприличной и оскорбительной, поскольку противоречит правилам приличия, нормам общественной морали и нравственности.

При квалификации рекламы в качестве неэтичной следует иметь в виду, что вопрос отнесения образов к непристойным и оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности.

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).

По причине отсутствия в рекламном законодательстве единообразного толкования (восприятия) непристойных и оскорбительных образов и исчерпывающего перечня свойств и характеристик неэтичной рекламы, одним из методов выявления нарушений ФЗ «О рекламе» является опрос общественного мнения, позволяющий установить отношение потребителей к рекламе и определить, является ли она непристойной либо оскорбительной.

С этой целью на сайте Хабаровского УФАС России с 02.10.2018г. по 09.11.2018г. проведен опрос потребителей относительно восприятия ими образа, содержащегося в рекламе, расположенной в районе ул. Ленина - ул. Вострещова, ул. Комсомольская, 42 - ул. Ленина.

В опросе участвовало 507 человек, из них 51,7% респондентов считают, что образ, используемый в рекламе, является откровенно эротическим, 38,1% опрошенных считают этот образ непристойным, 22,1% опрошенных считают его оскорбительным.

Аналогичный опрос с 23.10.2018г. по 09.11.2018г. проведен относительно восприятия образа, содержащегося в рекламе, расположенной в районе ул. Тургенева, 36.

В опросе участвовало 268 человек, из них 32,8% респондентов считают образ непристойным, 41,8% опрошенных считают образ непристойным с учетом доступности восприятия данного образа несовершеннолетними детьми, 16% респондентов считают его оскорбительным.

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.

Таким образом, по мнению значительной части потребителей рекламы, используемый образ является откровенно эротическим, непристойным с учетом доступности восприятия данного образа несовершеннолетними детьми, что нарушает требования части 6 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части 6 статьи 5, ФЗ «О рекламе» несет рекламодаделец.

Установлено, что рекламодателем является ООО «Премиум» (ИНН 2723147256, ОГРН 1122723001136, КПП 272101001, юридический адрес: 680000, г. Хабаровск, улица Истомина, дом 14, квартира 37).

Данный факт подтверждается договором аренды № 77/18 от 23.04.2018г., заключенным между ООО «РГ «Прайм Тайм» и ООО «Премиум».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального 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 № 04-5/74 по признакам нарушения законодательства о рекламе.
2. Признать лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ООО «Премиум» (ИНН 2723147256, ОГРН 1122723001136, КПП 272101001, юридический адрес: 680000, г. Хабаровск, улица Истомина, дом 14, квартира 37).
3. Назначить дело № 04-5/74 к рассмотрению на 04 декабря 2018 года в 10 часов 30 мин. по адресу: г. Хабаровск, ул. Запарина, 67, каб. 23.
4. ООО «Премиум» в трехдневный срок со дня получения настоящего определения представить в Хабаровское УФАС России:

- договор на распространение рекламы в районе ул. Тургенева, 36;
- сроки размещения рекламы в районе ул. Тургенева, 36;
- пояснения по факту нарушения рекламного законодательства.

Явка ООО «Премиум», в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.