

РЕШЕНИЕ № 315

«15» ноября 2011 года

г. Красноярск

Резолютивная часть решения оглашена 10.11.2011.

В полном объеме решение изготовлено 15.11.2011.

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – заместитель руководителя управления - Харченко О.П., члены Комиссии: Чуракова О.А. – главный специалист-эксперт, Степанова В.С. – специалист-эксперт, рассмотрев дело № 315 по признакам нарушения <...> законодательства Российской Федерации о рекламе, в присутствии <...>

УСТАНОВИЛА:

В ходе наблюдения за соблюдением обязательных требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе») 08.06.2011 сотрудниками Красноярского УФАС России было выявлено распространение рекламных материалов, в виде журнала «Mori Cinema» апрель 2011 следующего содержания: «Аlex..., Tatto..., При предъявлении журнала предоставляется скидка – 30%...» с изображением образа несовершеннолетнего с татуировками на теле (страница 19) (далее - Реклама).

По данному факту 26.09.2011 Красноярским УФАС России возбуждено дело № 315 по признакам нарушения требований части 4 и части 8 статьи 6 Федерального закона «О рекламе» в отношении <...>

В ходе рассмотрения данного дела, исследовав его материалы, Комиссией установлены следующие обстоятельства.

Согласно условиям договора на оказание рекламных услуг от 17.03.2011 № Р-3-2011, заключенного между гражданином Российской Федерации <...>, действующим от своего имени и в своих интересах, с одной стороны, и ООО «МОРИ Синема Енисей», в лице заместителя генерального директора <...>, действующего на основании доверенности от 14.09.2010, с другой стороны (далее - Договор), предметом Договора является оказание комплекса рекламных услуг.

Таким образом, из материалов дела установлено, что рекламодателем рассматриваемой Рекламы является <...>

В ходе рассмотрения дела № 315 <...> даны письменные пояснения, из которых следует, что макет Рекламы был найден в сети интернет, является общедоступным и бесплатно распространяемым, получение какого-либо согласия на использование образа не является необходимым. Кроме того, изображение представляет собой не фотографию конкретного человека, а рисунок (нарисован с использованием специальных программ).

По мнению <...>, данная Реклама не создает у несовершеннолетних впечатления о том, что обладание рекламируемым товаром ставит их в предпочтительное положение перед их сверстниками, так как она не содержит информацию о том, что это как-то модно, популярно, стильно. Также данная Реклама не формирует у несовершеннолетних комплекс неполноценности, связанный с их внешней непривлекательностью, так как в ней не содержится утверждение о том, что лицо имеющее татуировку обладает каким-либо физическим превосходством.

Комиссия, рассмотрев имеющиеся материалы дела, приняла решение о том, что рассматриваемая Реклама не содержит признаков нарушения требований части 4 и части 8 статьи 6 Федерального закона «О рекламе».

При этом согласно части 6 статьи 6 Федерального закона «О рекламе» в целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе не допускается показ несовершеннолетних в опасных ситуациях.

Приказом Ростехрегулирования от 06.06.2006 № 106-ст утвержден стандарт, устанавливающий термины и определения понятий в области обеспечения противокриминальной охраны и антитеррористической безопасности объектов различных форм собственности общего назначения, нежилых и жилых помещений, а также физических лиц — «Системы охраны и безопасности. Термины и определения. ГОСТ Р 52551-2006».

Согласно вышеуказанному стандарту, ситуация опасная - это совокупность обстоятельств, при которых люди, имущество или окружающая среда подвергаются опасности с определенной степенью риска.

Татуирование - нанесение на тело рисунков путем механического введения под кожу красящих веществ, в большинстве случаев производится путем многочисленного глубокого прокалывания кожи иглами, смоченными в красителе. Может исполняться вручную либо с применением специальных механических приспособлений.

Выполняемые при татуировании проколы кожи морфологически представляют собой множественные точечные раны, располагающиеся по ходу наносимого рисунка, достигающие гиподермы и редко проникающие глубже. Диаметр вколов зависит от инструментов и может колебаться от 2-3 до нескольких десятых миллиметра. Несмотря на то что колотые раны точечные, они располагаются настолько близко друг к другу, что представляют единое повреждение кожи и подкожной клетчатки, по форме и площади повторяющее рисунок татуировки. Повреждение подкожной сосудистой сети приводит к умеренно выраженному наружному кровотечению.

Образующиеся при татуировании повреждения кожного покрова имеют точечное входное отверстие, стенки, дно, короткий раневой канал, который редко выходит за пределы гиподермы, что позволяет идентифицировать их как колотые раны. Поскольку морфологические признаки таких ран своеобразны, это позволяет определить видовую принадлежность травмирующего предмета (острый, колющий, с незначительным диаметром).

На основании вышеизложенного Комиссией Красноярского УФАС России было принято решение о том, что использование образа грудного ребенка, на все тело которого нанесены рисунки при помощи татуирования, противоречит требованиям части 6 статьи 6, так как подобная ситуация является опасной для жизни и здоровья детей.

На основании части 6 статьи 38 Федерального Закона «О рекламе» ответственность за нарушение законодательства о рекламе в части нарушения части 6 статьи 6 Федерального Закона «О рекламе» несет рекламодатель.

На момент рассмотрения дела Комиссия Красноярского УФАС России располагала информацией, подтверждающей тот факт, что нарушение требований части 6 статьи 6

Федерального Закона «О рекламе» Марковским В.Е. устранено.

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 30, 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей Рекламу, распространенную <...>, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 6 Федерального Закона «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Красноярского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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

Председатель Комиссии

О.П. Харченко

Члены Комиссии

О.А. Чуракова

В.С. Степанова

Чуракова Ольга Анатольевна

211-18-30

- [4. reshenie.doc](#)