

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 050/05/5-7/2024

Резолютивная часть решения оглашена 01 февраля 2024 г.

В полном объеме решение изготовлено 02 февраля 2024 г.

«02» февраля 2024 г.

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области по рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее – Управление);

Члены Комиссии:

<...> – <...> отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления;

<...> – <...> отдела контроля за рекламной деятельностью и недобросовестной конкуренцией Управления,

рассмотрев дело № 050/05/5-7/2024, возбужденное по факту размещения в период с 04.11.2023 по 13.11.2023 рекламы на рекламной конструкции, установленной по адресу: Московская область, Одинцовский г.о., д. Раздоры, ш. Новорижское, 19 км + 200 м, слева (координаты: 55.797909, 37.345805) следующего содержания: «Время заглянуть под елку! Таунхаусы и коттеджи с новогодними скидками (495)191-33-32 mehta.su Мечта жилой комплекс», с изображением женской фигуры в юбке с новогодними шарами, с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

в присутствии представителя ООО «Специализированный застройщик «Мега-мечта» (далее – Ответчик, Общество) <...> (доверенность от 09.01.2024 б/н),

УСТАНОВИЛА:

В Управление поступило обращение физического лица по факту размещения в период с 04.11.2023 по 13.11.2023 рекламы на рекламной конструкции, установленной по адресу: Московская область, Одинцовский г.о., д. Раздоры, ш. Новорижское (координаты: 55.797909, 37.345805) следующего содержания: «Время заглянуть под елку! Таунхаусы и коттеджи с новогодними скидками (495)191-33-32

mechta.su Мечта жилой комплекс», с изображением женской фигуры в юбке с новогодними шарами (далее – Обращение) с признаками нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно позиции Ответчика текст «Время заглянуть под елку!» через использование в предложении слова «елка» погружает в ассоциацию Нового года и подарков, тем самым Общество передает аудитории информацию о выгодном предложении на таунхаусы и коттеджи и привлекает к себе покупателей.

Женская фигура одета в карнавальный костюм, символизирующий праздник – Новый год. Текст «Время заглянуть под елку!» означает, что если в период Нового года заглянуть под елку, которая является одним из самых главных символов праздника — то там можно увидеть подарки. В новогодний период застройщиком предлагалась акция в размере скидки 5% от стоимости на таунхаусы и коттеджи.

Рассмотрев материалы дела, Комиссия установила следующее.

ООО «Специализированный застройщик «Мега-мечта» (адрес юридического лица: 141895, Московская область, г. Дмитров, с. Озерецкое, б-р Радости, д. 37) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 26.11.2004 за государственным регистрационным номером 1045001633907, ИНН: 5007036044.

В силу положений пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой признается 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.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе 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.

Рассматриваемая реклама содержит информацию, адресованную неопределенному кругу лиц, т.к. нельзя заранее определить получателей данной информации, и она может представлять интерес и доступна также и иным лицам, не только входящих в целевую аудиторию ООО «Специализированный застройщик «Мега-мечта».

Формой распространения является демонстрация текстового сообщения на наружной рекламе.

Указанная информация направлена на привлечение внимания к жилому комплексу «Мечта».

Таким образом, указанная информация содержит все признаки рекламы:

- является информацией;
- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к конкретному объекту рекламирования.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно части 6 статьи 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.

Таким образом, данное положение Закона о рекламе запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы.

Вопрос отнесения рассматриваемой рекламы к непристойной и оскорбительной 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 прочих).

Согласно позиции ФАС России 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.

При рассмотрении Обращения Управлением в адрес Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» направлен запрос информации относительно использования в рассматриваемой рекламе непристойных образов.

При оценке рассматриваемой рекламы эксперты большинством голосов ответили «да» на вопрос имеются ли в рекламе оскорбительные и/или непристойные образы сравнения и/или выражения.

Согласно позиции экспертов стилизация юбки на модели под наряженную к Новому году и Рождеству елку замещает в сознании потребителя информации предложение «заглянуть под елку» предложением «заглянуть под юбку». Однако наступило ли время кому-то заглянуть под юбку, решает только тот человек, на котором эта юбка надета. Таким образом, утверждение рекламодателя «Время заглянуть под елку!» в сознательно созданном самим Обществом контексте следует воспринимать как к призыву к нарушению границ персонального пространства.

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.

По мнению Комиссии Московского областного УФАС России и большинства членов Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» рассматриваемая реклама не соответствует требованиям части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

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

Согласно документам и сведениям, имеющимся в материалах дела, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Специализированный застройщик «Мега-мечта».

На основании изложенного Комиссией установлен факт нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе при распространении в период с 04.11.2023 по 13.11.2023 рекламы на рекламной конструкции, установленной по адресу: Московская область, Одинцовский г.о., д. Раздоры, ш. Новорижское, 19 км + 200 м, слева (координаты: 55.797909, 37.345805) следующего содержания: «Время заглянуть под елку! Таунхаусы и коттеджи с новогодними скидками (495)191-33-32 mechta.su Мечта жилой комплекс», с изображением женской фигуры в юбке с новогодними шарами, с использованием непристойных и оскорбительных образов.

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила), при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному 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 материалы дела не представлены документы и сведения, подтверждающие прекращение распространения рекламы с нарушением части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу ненадлежащей, не соответствующей требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Специализированный застройщик «Мега-мечта» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы Московской области для рассмотрения вопроса о необходимости возбуждения дела по признакам нарушения части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель комиссии  
<...>

Члены комиссии:

<...>

<...>