РЕШЕНИЕ

по делу № 034/05/5-1320/2019

20 февраля 2020 года Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 20 февраля 2020 года

Решение изготовлено в полном объеме 06 марта 2020 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –заместитель руководителя Управления;

член Комиссии - заместитель начальника отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы,

член Комиссии –главный специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы;

член Комиссии –ведущий специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 034/05/5-1320/2019, возбужденное по признакам нарушения ч. 6 ст. 5, ч. 11 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) в отношении АО «Инпром Эстейт» (ОГРН: 1066154030370, Дата присвоения ОГРН:18.04.2006, ИНН: 6154101070, КПП: 615401001, адрес: 347942, Россия, Ростовская область, г. Таганрог, ул. Маршала Жукова, 2-А), ООО «Аргус» (ОГРН: 5167746281258, Дата присвоения ОГРН: 01.11.2016, ИНН: 7733305060, КПП: 615401001, адрес: 347942, Ростовская обл., город Таганрог, ул. Маршала Жукова, д. 2а, пом. 19),

с участием представителя ООО «Аргус» М.Я.В. (доверенность от 01.01.2020),

УСТАНОВИЛА:

Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (ч. 1 ст. 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В соответствии с п. 2 Положения о государственном надзоре в области рекламы, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 20.12.2012 № 1346 (далее - Положение) одним из инструментов выявления и фиксации фактов распространения рекламы, имеющей признаки ненадлежащей рекламы, является систематическое наблюдение за исполнением обязательных требований, анализа и прогнозирования состояния исполнения обязательных требований при осуществлении юридическими лицами деятельности в области рекламы.

Волгоградским УФАС России в рамках осуществления полномочий государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе в

октябре 2019 года было выявлено распространение рекламы ТРК «Мармелад» следующего содержания: «Господин назначил меня любимой женой и ведет в Мармелад!».

Текст указанной рекламы исполнен черными буквами на белом фоне, при этом слово «Мармелад» выделено красно-желтыми буквами.

Указанная реклама была размещена на рекламной конструкции (магистральной арке) по адресу: Волгоград, пересечение ул. Маршала Рокоссовского и ул. Хиросимы, по направлению движения по ул. Маршала Рокоссовского в сторону Советского района Волгограда. Напротив дома № 58Б по ул. имени Маршала Рокоссовского, а также напротив дома № 129 по ул. ул. имени Маршала Рокоссовского.

Рассматриваемая реклама была включена в повестку очередного заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Волгоградском УФАС России 25.10.2019 (вопрос 7. Разное). Членам Экспертного совета для обсуждения (без голосования) было продемонстрированы фото рассматриваемой наружной рекламы ТРЦ «Мармелад». Некоторые из членов Экспертного совета отметили, что фраза «Господин назначил меня любимой женой и ведет в Мармелад» формирует толерантное отношение к многоженству и демонстрирует пренебрежительное отношение к женщине, а также подвергает сомнению равноправие полов.

По итогу обсуждения данной рекламы было предложено посмотреть на реакцию общественности, и в случае поступления заявлений от жителей Волгограда вынести данную рекламу с конкретными вопросами на оценку Экспертного совета.

Позднее в Волгоградское УФАС России поступило заявление физического лица относительно распространения указанной рекламы ТРК «Мармелад» (вх. № 11103 от 25.11.2019). Заявитель указал, что указанная реклама порочит честь и достоинство граждан, а также содержит дискриминацию, выражает презрительное отношение к лицам женского пола. Также заявитель пояснил, что словосочетания «господин» и «назначил меня любимой женой» унижает достоинство женщин.

Кроме того, в сети «Интернет» пользователями активно обсуждалась указанная реклама. Так на странице по адресу https://novostivolgograda.ru/news/society/17-11-2019/volgogradok-oskorbila-reklama-torgovogo-tsentra-pro-muzha-gospodina указано, что местные жительницы увидели во фразе, указанной в рекламе, нездоровое отношение к семейным ценностям и отношениям, а также презрительное отношение к слабому полу. «В нашей стране нет ни многоженства, ни мужчин-господ, мы и сами себе все купим. Такие сексистские фантазии рекламщиков оскорбляют», - отмечали женщины, пожаловавшиеся в СМИ.

В обсуждении данной рекламы высказаны следующие мнения граждан-потребителей рекламы: «Согласна с дамами! Не смешно и тупо. Понятно, что отсыл к белому солнцу пустыни, но уже далеко не все из молодого поколения этот фильм смотрели» (статья «В Волгограде женщины усмотрели сексизм в рекламе торгового центра» https://v102.ru/forum/84589). Кроме того жительницы Волгограда задаются вопросом: «Как можно разрешать такие рекламы вывешивать в городе-герое?» (https://vpravda.ru/obshchestvo/volgogradcy-sporyat-po-povodu-somnitelnoy-reklamy-torgovogo-centra-79675/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews).

Согласно 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.

В соответствии с ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Правилами рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее - Правила) предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

В случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

В ходе выяснения всех обстоятельств распространения рекламы было установлено, что по имеющейся в Волгоградском УФАС информации рекламодателем является АО «Инпром Эстейт» (ОГРН: 1066154030370, Дата присвоения ОГРН:18.04.2006, ИНН: 6154101070, КПП: 615401001, адрес: 347942, Россия, Ростовская область, г. Таганрог, ул. Маршала Жукова, 2-А).

Указанная организация является управляющей компанией по отношению к ТРК «Мармелад» (Волгоград). При этом лицом, входящим в группу с АО «Инпром Эстейт» и непосредственно осуществляющим деятельность ТРК «Мармелад» в Волгограде является ООО «Аргус» (ОГРН: 5167746281258, Дата присвоения ОГРН: 01.11.2016, ИНН: 7733305060, КПП: 615401001, адрес: 347942, Ростовская обл., город Таганрог, ул. Маршала Жукова, д. 2а, пом. 19).

Согласно данным сайта https://inprom-estate.ru/contacts/ ТРК «Мармелад» располагается на территории нескольких субъектов Российской Федерации
(Волгоградской, Ростовской).

При этом под управлением указанной компании находятся другие торговые центры и торгово-развлекательные комплексы, располагающиеся в Таганроге, Брянске, Краснодаре, Саранске, Ульяновске.

Правилами рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее - Правила) предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

В случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории,

подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

В целях соблюдения п. 3, 5 Правил Волгоградским УФАС России адрес в ФАС России было направлено ходатайство о наделении Волгоградского УФАС России полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела о нарушении законодательства о рекламе в отношении рекламодателя рассматриваемой рекламы, в том числе в отношении АО «Инпром Эстейт» (ОГРН: 1066154030370, Дата присвоения ОГРН:18.04.2006, ИНН: 6154101070, КПП: 615401001, адрес: 347942, Россия, Ростовская область, г. Таганрог, ул. Маршала Жукова, 2-А) (исх. № 02-5/9399 от 17.12.2019).

В ответ на данное ходатайство ФАС России направило в адрес Волгоградского УФАС письмо о наделении полномочиями по возбуждению и рассмотрению дела по признакам нарушения законодательства о рекламе по факту распространения рекламы ТРК «Мармелад» с текстом «Господин назначил меня любимой женой и ведет в Мармелад!» (вх. № 12053 от 20.12.2019).

Таким образом, рекламодателем указанной рекламы выступили АО «Инпром Эстейт» (ОГРН: 1066154030370, Дата присвоения ОГРН:18.04.2006, ИНН: 6154101070, КПП: 615401001, адрес: 347942, Россия, Ростовская область, г. Таганрог, ул. Маршала Жукова, 2-А), ООО «Аргус» (ОГРН: 5167746281258, Дата присвоения ОГРН: 01.11.2016, ИНН: 7733305060, КПП: 615401001, адрес: 347942, Ростовская обл., город Таганрог, ул. Маршала Жукова, д. 2а, пом. 19).

На рекламной конструкции, на которой размещена рассматриваемая реклама в качестве рекламораспространителя указано ООО «Красногорская районная рекламная служба» (ОГРН: 1025002872762, Дата присвоения ОГРН: 13.11.2002, ИНН: 5024031624, КПП: 502401001, адрес: ул. Речная, д. 5, г. Красногорск, Московская обл., 143402).

При этом в Волгоградском УФАС России имеется информация о фактическом рекламораспространителе, который заключает договоры на размещение рекламных материалов на указанной рекламной конструкции. Таковым является ООО «КватраД» (ОГРН: 1137746394180, Дата присвоения ОГРН: 30.04.2013, ИНН: 7728842559, КПП: 773401001, адрес: ул. 3-я Хорошёвская, д. 2, стр. 1, эт. 3, пом. 34, оф. 305, Москва, 123308) (решение по делу о нарушении законодательства о рекламе № 034/05/5-999/2019 от 19 ноября 2019 года).

Определением от 25 декабря 2019 года в отношении АО «Инпром Эстейт», ООО «Аргус» было возбуждено производство по делу № 034/05/5-1320/2019 по признакам нарушения ч. 6 ст. 5, ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе.

От ООО «Красногорская районная рекламная служба» поступили документы (вх. № 61 от 09.01.2020), согласно которым ООО «Красногорская районная рекламная служба» выдано разрешение № 24011р-2212-17-56 на установку и эксплуатацию рекламной конструкции (щитовая рекламная конструкция арочного типа (арка) по адресу: ул. Рокоссовского, при движении в Краснооктябрьский район, над проезжей частью, в 19,5м к ЮЗ от нала островка на пересечении с ул. Хиросимы, срок действия разрешения с 22.12.2017 по 04.08.2023.

Согласно приложенным документам между ООО «ГорСпортИнформ» и Комитетом по развитию телерадиовещания и рекламы заключен договор на установку (эксплуатацию) рекламных конструкций № 06-0868-02/к/ген от 07.09.2006.

По договору уступки прав и перевода обязанностей (от 16.09.2016) по Договору № 06-

0868-02/к/ген на установку (эксплуатацию) рекламных конструкций от 07.09.2006 ООО «ГорСпортИнформ» уступает ООО «Красногорская районная рекламная служба» все свои права и переводит на ООО «Красногорская районная рекламная служба» все свои обязанности по договору № 06-0868-02/к/ген.

1212.2016 между Администрацией Волгограда к лице Комитета по рекламе и ООО «Красногорская районная рекламная служба» заключено дополнительное соглашение к договору № 06-0868-02/к/ген на установку (эксплуатацию) рекламных конструкций от 07.09.2006.

Согласно документам, представленным ООО «КватраД» (вх. № 60 от 09.01.2020) рекламораспространителем рассматриваемой по делу рекламы является ООО «КватраД». Между ООО «Аргус» и ООО «КватраД» заключен договор № В-95 от 23.08.2019, по которому ООО «КватраД» по заданию ООО «Аргус» условиях данного договора оказывает комплекс услуг по распространению рекламной информации на рекламных конструкциях, указанных в приложении к данному договору. Исходя из дополнительного соглашения к данному договору, срок действия договора № В-95 от 23.08.2019 продлен до 31.12.2019.

АО «Инпром Эстейт» представило письменные пояснения (вх. № 285 от 17.01.2020), согласно которым собственником здания ТРК «Мармелад» является ООО «Аргус»; договор доверительного управления объектом ТРК «Мармелад» между АО «Инпром Эстейт» и ООО «Аргус» не заключался; АО «Инпром Эстейт» является только участником ООО «Аргус» с правами и обязанностями с соответствии с Уставом и законом; функции единоличного исполнительного органа ООО «Аргус» АО «Инпром Эстейт» не предавались.

Также было пояснено, что основания для регулирования АО «Инпром Эстейт» рекламной деятельности ООО «Аргус» отсутствуют.

Согласно письменным пояснениям, представленным ООО «Аргус» (вх. № 388 от 21.01.2020) между ООО «Аргус» и ООО «КватраД» заключен договор № В-95 от 23.08.2018 на размещение рекламы. Демонтаж рассматриваемой по делу рекламы и монтаж новой был произведен на основании приложения №7 от 29.11.2019 (акт выполненных работ № В-95/15 от 03.12.2019).

В пояснениях было указано, что ООО «Аргус» при размещении рекламной конструкции не преследовало цель выразить презрительное отношение к женщинам либо опорочить честь и достоинство граждан.

Рекламная конструкция, размещенная по инициативе ООО «Аргус», не содержала бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений.

Основная часть фразы, размещенной на рекламной конструкции, была взята из известного советского кинофильма «Белое солнце пустыни» режиссера Владимира Мотыля, который с 1969 года и по сегодняшний день с удовольствием смотрят зрители разных поколений, и, конечно, при размещении данной фразы ООО «Аргус» не преследовало цели сформировать негативное отношение к женщинам, унизить их или оскорбить.

ТРК «Мармелад», собственником которого является ООО «Аргус», является торгово-развлекательным комплексом для семейного отдыха, рассчитанным на все категории граждан, и всегда уважительно относится ко всем посетителям, независимо от пола, возраста или религиозных убеждений

В сети «Интернет», на федеральных и местных телевизионных каналах сейчас

достаточное количество низкокачественного кинопродукта, содержащего и непристойные, и оскорбительные образы, поэтому классика отечественного кино отличается на этом фоне добрым юмором и позитивом. Ни для кого не секрет, что многие фразы из старых советских фильмов используются гражданами в обиходе и вызывают только положительные эмоции.

Размещением рекламной конструкции ООО «Аргус» хотело вызвать у жителей и гостей Волгограда только улыбку и подчеркнуть тот факт, что в «Мармеладе» всех ждут за покупками и радостными эмоциями.

Что касается обсуждения рекламы в сети «Интернет», ООО «Аргус» было пояснено, что были как возмущенные отзывы, так и одобрительные, каждый высказывает свое субъективное мнение на тот или иной счет. На странице сайта «Новости Волгограда» в статье от 17.11.2019г. «Волгоградок оскорбила реклама торгового центра про мужа-господина» содержится мнение непосредственного автора статьи без ссылки на конкретных лиц, которых эта реклама могла оскорбить, комментарии к статье не предусмотрены и каким образом автор изучал мнение горожан — не понятно. ООО «Аргус также отметило, что возмущенные отзывы в соцсетях и СМИ появились спустя полтора месяца после размещения рекламной конструкции.

Также ООО «Аргус» было указано на то, что ТРК «Мармелад» активно участвует в социальных проектах города, проводит массу мероприятий различной направленности, делая насыщенной и разнообразной жизнь жителей Волгограда, в том числе поддержку материнства и детства, молодежной политик и благотворительности (к пояснениям приложены некоторые благодарственные письма); на сцене ТРК «Мармелад» регулярно проводятся мероприятия, цель которых поддержать и развить уважительное отношение к лицам женского пола.

ООО «Аргус» в пояснениях указало, что при размещении рекламы, что не преследовало цели выразить презрительное отношение к лицам женского пола.

На заседании Комиссии представителем ООО «Аргус» было пояснено, что рассматриваемая реклама распространялась только в Волгограде и только на одной рекламной конструкции.

Определением от 22.01.2020 рассмотрение дела № 034/05/5-1320/2019 было отложено на 20.02.2020 в связи с необходимостью проведения заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Волгоградском УФАС России 17.02.2020, в повестку которого был включен вопрос об оценке рассматриваемой в настоящем деле рекламы. На данном заседании в части рассмотрения рекламы ТРК «Мармелад» присутствовал представитель ООО «Аргус» М.Я.В.

Членам Совета был представлена реклама ТРК «Мармелад» следующего содержания: «Господин назначил меня любимой женой и ведет в Мармелад!».

На голосование были поставлены следующие вопросы:

- использовано ли в указанной рекламе оскорбительное выражение?

- оскорбляет ли реклама женщин, унижает их человеческое достоинство?

- подрывает ли данная реклама основы семейных ценностей, и продвигает ли модель «многоженства» в современном обществе?

- допустимо ли в соответствии с действующими нормами морали и нравственности распространение данной рекламы?

По результатам голосования члены Экспертного Совета проголосовали за то, что в указанной рекламе не использовано оскорбительное выражение (10 голосов из 10); данная реклама оскорбляет женщин, унижает их человеческое достоинство (5 голосов из 10); распространение данной рекламы недопустимо в соответствии с действующими нормами морали и нравственности (7 голосов из 10); данная реклама подрывает основы семейных ценностей и продвигает модель «многоженства» в современном обществе (6 голосов из 10).

После голосования при обсуждении спорной рекламы были высказаны следующие суждения.

Один из членов Экспертного совета указал на то, что в данной рекламе вопрос сексизма виден четко, однако вопрос семейных ценностей не прослеживается, в связи с чем, эксперт посчитал не совсем удачным последний вопрос, вынесенный на разрешение Экспертного совета.

Ряд экспертов отметили, что молодое поколение зачастую не знакомо с советскими фильмами и соответственно цитата «Господин назначил меня любимой женой» не ассоциируется с фильмом «Белое солнце пустыни». Восприятие данной рекламы зависит от поколения потребителей рекламы. Многие молодые люди не знают крылатых фраз из советских фильмов.

Некоторые члены Экспертного совета отметили, что фраза, используемая в рекламе, в контексте современности приобретает негативный смысл.

Один из членов Экспертного совета обратил внимание, что используемая в рекламе фраза была одна из нескольких классических фраз из известных советских фильмов, которые были использованы ТРК «Мармелад» в своей рекламной компании, в связи с чем необходимо оценивать всю рекламную кампанию в целом.

Представителю рекламодателя был задан вопрос о мотиве выбора данной цитаты. В ответ на вопрос представитель сообщил, что никакого дурного смысла, в данную рекламу не закладывали, намерения оскорбить женщин не было, не думали, что получится такой резонанс. Предполагали, что классику знают все.

К материалам дела № 034/05/5-1320/2019 приобщен протокол указанного заседания экспертного совета.

На заседании Комиссии 20.02.2020 представитель ООО «Аргус» пояснила, что позиция ООО «Аргус» относительно рассматриваемых в деле обстоятельств не поменялась. Также было добавлено, что у рекламодателя не было цели обидеть кого-либо данной рекламой, которая была изготовлена в рамках рекламной кампании, предполагающей указание в рекламах различных крылатых фраз из известных советских кинофильмов.

Кроме этого, было дополнено, что данная реклама была размещена с целью напоминания о том, что ТРК «Мармелад» продолжает функционировать, с целью поддержания известности бреда (ТРК «Мармелад»).

Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, а также оценив устные и письменные пояснения лиц, участвующих в деле, установила следующее.

Рассматриваемая информация, размещенная на наружной конструкции, является рекламой, т.к.:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- распространяется посредством наружной рекламной конструкции;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования выступает торгово-развлекательный комплекс «Мармелад».

Согласно 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.

В соответствии с ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Согласно ч. 1 ст. 1 Семейного кодекса Российской Федерации от 29.12.1995 № 223-ФЗ (далее – СК РФ) семейное законодательство исходит из необходимости укрепления семьи, построения семейных отношений на чувствах взаимной любви и уважения, взаимопомощи и ответственности перед семьей всех ее членов, недопустимости произвольного вмешательства кого-либо в дела семьи, обеспечения беспрепятственного осуществления членами семьи своих прав, возможности судебной защиты этих прав.

Исходя из содержания ч. 3 ст. 1 СК РФ регулирование семейных отношений осуществляется в соответствии с принципами добровольности брачного союза мужчины и женщины, равенства прав супругов в семье, разрешения внутрисемейных вопросов по взаимному согласию, приоритета семейного воспитания детей, заботы об их благосостоянии и развитии, обеспечения приоритетной защиты прав и интересов несовершеннолетних и нетрудоспособных членов семьи.

Согласно позиции ФАС России, изложенной в письме от 29.04.2013 № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 Закона о рекламе» (далее – письмо ФАС), к *оскорбительным образам, сравнениям и выражениям* относятся слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Кроме того, согласно вышеуказанного письма ФАС России 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.).

Рассматриваемая реклама размещалась на наружной рекламной конструкции (магистральной арке), расположенной над центральной дорогой Волгограда с плотным автомобильным движением, соответственно такая реклама доступна для восприятия большому количеству людей.

Как было указано ООО «Аргус» фраза «Господин назначил меня любимой женой» была взята из известного фильма «Белое солнце пустыни». Рекламодатель оперирует тем, что по сегодняшний день его смотрят представители разных возрастов, указывает на узнаваемость данной фразы именно как цитаты из фильма.

Как показали мнения людей, отраженные в СМИ, далеко не все потребители из молодого

поколения смотрели фильм «Белое солнце пустыни» и знакомы с цитатой (https://v102.ru/forum/84589). В связи с этим не у всех людей возникает ассоциация этой фразы с отмеченным фильмом.

Комиссия, оценив содержание рекламы приходит к выводу о том, что вне зависимости от того знакома ли потребителям рекламы фраза «Господин назначил меня любимой женой» как цитата из фильма «Белое солнце пустыни» или нет, она, вырванная из контекста фильма и дополненная окончанием «и ведет в Мармелад» приобретает совсем иной смысл.

Комиссия отмечает большой общественный резонанс при обсуждении рекламы в социальных сетях и местных СМИ, значительная часть высказанных суждений при этом сводится к указанию на недопустимый «сексистский» характер рекламы, демонстрацию подчиненного, зависимого положения женщины в отношениях с партнером.

Текст рассматриваемой рекламы затрагивает вопрос равенства мужчины и женщины. Одно из значений слова «господин» - владыка, повелитель, хозяин раба или крепостного (https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%93%D0%BE%D1%81%D0%BF%D0%BE%D0%B4%D0%B8%D0%BD). Также под «господином» согласно словарю Ожегова С.И. понимается человек, обладающий властью над теми, кто от него зависит, повелитель, тот, кто властен распоряжаться чем-нибудь. (http://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=5589). Данное слово имеет устаревшее значение и в современном мире, как правило, не употребляется.

Помимо этого к рекламе содержится слово «назначил», которое определяется в толковом словаре русского языка С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой как «наметить, установить, определить, поставить на какую-нибудь должность, работу» (https://classes.ru/all-russian/russian-dictionary-Ozhegov-term-16711.htm). То есть данное слово имеет характер влияния на что-нибудь, управления чем-либо, что некорректно в описании отношении между мужчиной и женщиной.

Согласно статье 19 Конституции Российской Федерации мужчина и женщина имеют равные права и свободы и равные возможности для их реализации, соответственно в России выражение «господин назначил» не допустимо для применения в России при публичном использовании, в частности – в рекламе, при указании на отношения между мужчиной и женщиной.

В общем смысле рассматриваемая фраза, а именно сочетание слов «господин, назначил, *любимой женой*» рекламы создает впечатление одобрения и даже в некоторой степени пропаганды многоженства.

Россия не относится к странам, где официально закреплено многоженство и возможность его существования. Данный факт подтверждается положениями Семейного кодекса регулирование семейных отношений осуществляется в соответствии с принципами добровольности брачного союза мужчины и женщины (статья 1); для заключения брака необходимы взаимное добровольное согласие мужчин*ы* и женщин*ы* (статья 12); не допускается заключение брака между лицами, из которых хотя бы одно лицо уже состоит в другом зарегистрированном браке (статья 14).

Довод ООО «Аргус» относительно обсуждения данной рекламы в сети Интернет, а именно того, что были как возмущенные отзывы, так и одобрительные, каждый высказывает свое субъективное мнение на тот или иной счет, а также того, что в СМИ содержится мнение непосредственного автора статьи без ссылки на конкретных лиц, которых эта реклама могла оскорбить, комментарии к статье не предусмотрены и каким образом автор изучал мнение горожан — не понятно, Комиссия считает

несостоятельным ввиду следующего.

Лица, обсуждавшие рекламу в сети Интернет также являются потребителями данной рекламы, им в том числе адресована данная реклама, имеющая цель привлечение внимания потребителей к ТРК «Мармелад», формирование или поддержание интереса к и его продвижение на рынке. Соответственно, мнение данных потребителей относительно восприятия данной рекламы также может быть учтено при оценке рекламы.

Как отмечает ФАС России в ранее указанном письме, 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.

Указание рекламодателя на отсутствие намерения оскорбить женщин Комиссией принимается, однако данное обстоятельство не отменяет сложившегося у потребителей рекламы и отраженного в том числе в заявлении, обсуждении в прессе, а также среди членов Экспертного совета по рекламе, восприятия ее содержания.

ООО «Аргус» также отметило, что возмущенные отзывы в социальный сетях и СМИ появились спустя полтора месяца после размещения рекламной конструкции. Данный довод не может являться обоснованием правомерности деятельности ТРК «Мармелад» в части размещения рассматриваемой рекламы и не может быть применен к фактическим рассматриваемым обстоятельствам, поскольку Управлением факт распространения данной рекламы был зафиксирован 14.11.2019, факт поступления жалобы физического лица относительно распространения данной рекламы был зафиксирован 25.11.2019.

Согласно Положению об Экспертном совете по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области, утвержденному приказом Волгоградского УФАС России № 64 от 17.05.2017г (с изменениями внесенными приказами № 142 от 19.09.2017г., № 100 от 26.07.2018, № 136 от 10.09.2019) Экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Волгоградском УФАС России). Его решения имеют рекомендательный характер и учитываются Управлением при принятии решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации. Решения принимаются большинством голосов.

Члены Экспертного совета на заседании 17.02.2020 решили, что в рассматриваемой рекламе не использовано оскорбительное выражение, однако данная реклама оскорбляет женщин, унижает их человеческое достоинство; признали, что распространение данной рекламы не допустимо с точки зрения действующих нормам морали и нравственности, данная реклама подрывает основы семейных ценностей, и продвигает модель «многоженства» в современном обществе.

В связи с вышеизложенным, с учетом восприятия рассматриваемой в деле рекламы потребителями, а также с учетом мнения членов Совета относительно рассматриваемой рекламы, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая в деле наружная реклама ТРК «Мармелад» нарушает требования ч. 6 и ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

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

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

В рассматриваемом случае рекламодателем с учетом представленной АО «Инпром Эстейт» и ООО «Аргус» информации выступило ООО «Аргус» (ОГРН: 5167746281258, Дата присвоения ОГРН: 01.11.2016, ИНН: 7733305060, КПП: 615401001, адрес: 347942, Ростовская обл., город Таганрог, ул. Маршала Жукова, д. 2а, пом. 19).

В связи с отсутствием в материалах дела доказательств прекращения нарушения законодательства о рекламе, Комиссия усматривает необходимость в выдаче ООО «Аргус» (ОГРН: 5167746281258, Дата присвоения ОГРН: 01.11.2016, ИНН: 7733305060, КПП: 615401001, адрес: 347942, Ростовская обл., город Таганрог, ул. Маршала Жукова, д. 2а, пом. 19) предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закон о рекламе и в соответствии с п. 37-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу ТРК «Мармелад» «с текстом: «Господин назначил меня любимой женой и ведет в Мармелад!», распространяемую в Волгограде в период с 03.10.2019 по 03.12.2019, ненадлежащей нарушающей требования ч. 6 и ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ООО «Аргус» (ОГРН: 5167746281258, Дата присвоения ОГРН: 01.11.2016, ИНН: 7733305060, КПП: 615401001, адрес: 347942, Ростовская обл., город Таганрог, ул. Маршала Жукова, д. 2а, пом. 19) предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для принятия решения о возбуждении административного производства по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Аргус» (ОГРН: 5167746281258, Дата присвоения ОГРН: 01.11.2016, ИНН: 7733305060, КПП: 615401001, адрес: 347942, Ростовская обл., город Таганрог, ул. Маршала Жукова, д. 2а, пом. 19).

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.