

РЕШЕНИЕ

(по делу №Р-95-15)

05.11.2015г.

г.Уфа, ул. Пушкина, 95

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель комиссии:

<...>

Члены Комиссии:

<...>

рассмотрев в присутствии представителя ИП <...> – <...>, ИП <...>, члена Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе при Башкортостанском УФАС России – <...>, дело №Р-95-15, обращение заявителя (вх. №13129 от 15.09.2015г.), а именно рекламу магазина «Декольте» с изображением полуобнаженной девушки, размещенную в наружной рекламе на фасаде жилого дома по адресу: <...>; рекламодатель – <...>, (<...>),

УСТАНОВИЛА:

В соответствии со статьей 1 Федерального закона «О рекламе» целями настоящего Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в РФ единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства РФ о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Целью любого закона является защита и охрана определенных общественных интересов. Включение законодателем в цели Федерального закона «О рекламе» предотвращения и пресечения ненадлежащей рекламы, говорит о том, что распространение такой рекламы уже является угрозой общественным интересам, охраняемым данным законом.

Согласно пункту 4.1 Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы (приложение №1 к приказу ФАС России от 26.01.2011 №30) территориальный орган осуществляет контроль за соблюдением коммерческими и некоммерческими организациями законодательства о рекламе.

В управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан поступило обращение заявителя (вх.№13129 от 15.09.2015г.), а именно реклама: «Магазин «Декольте» белье и колготки, домашний трикотаж. MILAVITSA InfinityLingerie, Pelican, VISAVIS. Интимидея. Термобелье» с изображением полуобнаженной девушки, размещенная в наружной рекламе на фасаде жилого дома по адресу: <...>; рекламодатель – <...>, (<...>).

22.09.2015г. данная реклама была вынесена на обсуждение Экспертного Совета по применению законодательства РФ о рекламе при Башкортостанском УФАС России на предмет наличия непристойных и оскорбительных образов. При обсуждении рекламы: «Магазин «Декольте» белье и колготки, домашний трикотаж. MILAVITSA InfinityLingerie, Pelican, VISAVIS. Интимидея. Термобелье» с изображением полуобнаженной девушки, размещенной в наружной рекламе на фасаде жилого дома по адресу: <...>, членами Экспертного совета было признано, что в данной рекламе используются непристойные и оскорбительные образы.

Данная реклама имеет признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" в части того, что:

- 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](#).

Ответственность за нарушение требований, установленных части 6 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" согласно статье 38 Федерального закона "О рекламе" несет рекламодатель.

09.10.2015г. от представителя <...> по доверенности<...>. поступило ходатайство об ознакомлении с материалами дела №Р-95-15.

15.10.2015г. на рассмотрение дела явились <...> и представитель <...> по доверенности <...>.

<...> пояснил: «Данный образ девушки предложило рекламное агентство. Рекламный макет не был согласован с администрацией города Благовещенска».

Также от <...> поступили письменные объяснения (вх.№14701 от 15.10.2015г.): «Девушка-модель на плакате изображена в образцах товара, которая продается в магазине женского белья, т.е. наличествует привязка данного объекта к объекту рекламирования». Прилагаются копии документов (вх.№14701 от 15.10.2015г.): договор <...> аренды недвижимого имущества от 01.08.2015г., лист записи ЕГРИП от 29.04.2014г., уведомление о постановке на учет в налоговом органе, свидетельство о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя, товарный чек №4 от 10.08.2015г., рекламный макет.

Комиссией принято решение: привлечь члена Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе при Башкортостанском УФАС России – <...>, в качестве заинтересованного лица; привлечь в качестве заинтересованного лица

Администрацию Муниципального района Благовещенский район Республики Башкортостан (<...>). Ходатайство представителя <...> по доверенности <...> об ознакомлении с материалами дела №Р-95-15 – удовлетворить. Рассмотрение дела отложить на другую дату. Срок рассмотрения дела продлить.

03.11.2015г., от Администрации Муниципального района Благовещенский район Республики Башкортостан поступил ответ на запрос (вх.№15766 от 03.11.2015г.), согласно которому за согласованием рекламного макета, размещенного в наружной рекламе на фасаде жилого дома по адресу: <...> не обращалась.

05.11.2015г., на рассмотрении дела явились <...>, представитель <...> по доверенности <...>, член Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе при Башкортостанском УФАС России – <...>.

<...>, пояснила: «С администрацией города рекламный макет не согласовывался».

Согласно заключению о рассмотрении рекламного материала члена Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе при Башкортостанском УФАС России – <...> (вх.№15790 от 05.11.2015г): «Рекламный образ специфичность торгового предложения не разъясняет, в связи с чем можно указать на то, что его маркетинговая ценность отсутствует, то есть данный рекламный образ «не продает» товар, а служит лишь средством привлечения непроизвольного внимания. Эмоциональная нагрузка присутствует за счет аттрактивного рекламного образа: молодая женщина в кружевном белье и чулках. Поскольку невозможно однозначно связать рекламный образ, размещенный в данном объявлении ни с категорией товара, ни с конкретной торговой маркой, то его можно классифицировать как объект, эксплуатирующий биологически обусловленное сексуальное влечение, что является формой психологической манипуляции. Женский образ, используемый в рекламном объявлении идентичен женским образам, используемым в продукции эротического содержания. При предъявлении на широкую массовую аудиторию признается непристойным и требует ограничений условий демонстрации с применением знака информационного обслуживания «18+ Запрещено для детей». Местоположение рекламного объекта и ситуация его демонстрации не позволяют выполнить условие ограничения «18+ Запрещено для детей» предъявления непристойного и оскорбительного образа в данном рекламном сообщении. В радиусе 400-800 метров – зона пешеходной доступности – находятся детские сады и школы».

Также приложены примеры изображений и женских образов (приложение 1), характеристика журнала Playboy (приложение 2), скриншоты территориального местоположения рекламного продукта (приложение 3) (вх.№15790 от 05.11.2015г).

Анализ материалов дела показал, что в управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан поступило обращение заявителя (вх.№13129 от 15.09.2015г.), а именно реклама: «Магазин «Декольте» белье и колготки, домашний трикотаж. MILAVITSA InfinityLingerie, Pelican, VISAVIS. Интимидея. Термобелье» с изображением полуобнаженной девушки, размещенная в наружной рекламе на фасаде жилого дома по адресу:<...>; рекламодатель – <...>

Указанная реклама имеет признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" в части того, что:

- 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](#).

Ответственность за нарушение требований, установленных части 6 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" согласно статье 38 Федерального закона "О рекламе" несет рекламодаделец.

22.09.2015г. реклама «Магазин «Декольте» белье и колготки, домашний трикотаж. MILAVITSA InfinityLingerie, Pelican, VISAVIS. Интимидея. Термобелье» с изображением полуобнаженной девушки, размещенная в наружной рекламе на фасаде жилого дома по адресу: <...>; была вынесена на обсуждение Экспертного Совета по применению законодательства РФ о рекламе при Башкортостанском УФАС России на предмет наличия непристойных и оскорбительных образов.

Согласно протоколу Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе при Башкортостанском УФАС России №31 от 22.09.2015г. указано, что данный рекламный продукт распространяется посредством наружной рекламы (баннер на фасаде дома). Поэтому рассмотрение данного материала, производится с учетом его воздействия в условиях городской среды, массового потребителя, а не конкретно целевой аудитории. Также отмечено негативное восприятие данной рекламы потребителями. Рекомендовано не допускать использование подобной рекламы в условиях городской среды. Членами Экспертного совета было признано, что данная реклама нарушает общепринятые нормы морали и нравственности, нормы этики, сформировавшиеся в данном регионе, то есть на территории Республики Башкортостан.

Согласно заключению о рассмотрении рекламного материала члена Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе при Башкортостанском УФАС России – <...> (вх.№15790 от 05.11.2015г): «Рекламный образ специфичность торгового предложения не разъясняет, в связи с чем можно указать на то, что его маркетинговая ценность отсутствует, то есть данный рекламный образ «не продает» товар, а служит лишь средством привлечения непровольного внимания. Эмоциональная нагрузка присутствует за счет привлекательного рекламного образа: молодая женщина в кружевном белье и чулках. Поскольку невозможно однозначно связать рекламный образ, размещенный в данном объявлении ни с категорией товара, ни с конкретной торговой маркой, то его можно классифицировать как объект, эксплуатирующий биологически обусловленное сексуальное влечение, что является формой психологической манипуляции. Женский образ, используемый в рекламном объявлении идентичен женским образам, используемым в продукции эротического содержания. При предъявлении на широкую массовую аудиторию признается непристойным и требует ограничений условий демонстрации с применением знака информационного обслуживания «18+ Запрещено для детей». Местоположение рекламного объекта и ситуация его демонстрации не позволяют выполнить условие ограничения «18+ Запрещено для детей» предъявления непристойного и оскорбительного образа в данном рекламном сообщении. В радиусе 400-800

метров – зона пешеходной доступности – находятся детские сады и школы».

Согласно ответу Администрации Муниципального района Благовещенский район Республики Башкортостан на запрос (вх.№15766 от 03.11.2015г.), за согласованием рекламного макета, размещенного в наружной рекламе на фасаде жилого дома по адресу: <...> не обращалась.

Таким образом, Комиссией Башкортостанского УФАС России установлено, что реклама: «Магазин «Декольте» белье и колготки, домашний трикотаж. MILAVITSA InfinityLingerie, Pelican, VISAVIS. Интимидея. Термобелье» с изображением полуобнаженной девушки, размещенная в наружной рекламе на фасаде жилого дома по адресу: <...>; рекламодатель – <...> имеет признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" в части того, что:

- 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](#).

Ответственность за нарушение требований, установленных части 6 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" согласно статье 38 Федерального закона "О рекламе" несет рекламодатель.

В связи с тем, что на момент вынесения решения не было представлено документов, подтверждающих устранение нарушения законодательства о рекламе, Комиссией принято решение о выдаче предписания <...>.

Резолютивная часть решения оглашена на заседании Комиссии Башкортостанского УФАС России 05.11.2015г.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу: «Магазин «Декольте» белье и колготки, домашний трикотаж. MILAVITSA InfinityLingerie, Pelican, VISAVIS. Интимидея. Термобелье» с изображением полуобнаженной девушки, размещенную в наружной рекламе на фасаде жилого дома по адресу: <...>; рекламодатель – <...>, так как данная реклама нарушает ч.6 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

2. В соответствии с п.44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выдать предписание <...> о прекращении нарушения законодательства о рекламе, а именно распространения ненадлежащей рекламы, нарушающей ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу

Башкортостанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

4. Решение изготовлено в полном объеме 13.11.2015г.

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