

Комиссия Забайкальского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – врио руководителя управления;

члены Комиссии:

главный специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы;

ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы;

специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы,

рассмотрев дело № 12 по признакам нарушения ИП П. (ИНН) части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе);

### **УСТАНОВИЛА:**

Забайкальским УФАС России в ходе мониторинга за соблюдением законодательства о рекламе выявлен факт распространения наружной рекламы, размещенной на рекламной конструкции по адресу: г. Чита, улица Магистральная, возле магазина «Привоз», которая имеет признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

В мае 2016 года ИП П. размещена наружная реклама следующего содержания: «Наш крепеж не подведет!», с изображением висящих под потолком ног человека.

01.08.2016 Забайкальским УФАС России возбуждено дело №12 по признакам нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе в отношении ИП П. (ИНН).

Представитель ИП П. в соответствии с письменным пояснением от 15.07.2016, не признает факт нарушения законодательства о рекламе, ссылаясь на отсутствие в рекламе оскорбительных образов.

Комиссия Забайкальского УФАС России, рассмотрев обстоятельства дела, исследовав имеющиеся в материалах дела документы и доказательства, установила следующее.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама - это информация, распространяемая 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.

Пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе определяет объект рекламирования как 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.

В силу указанных норм Закона о рекламе указанная выше информация, соответствует понятию рекламы, закрепленному в действующем законодательстве, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – магазину «Крепёж».

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В данном случае имеются признаки нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе, так как указанная реклама содержит оскорбительный образ – образ повешенного человека. В соответствии с [частью 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.

В соответствии с толковым словарем русского языка С.И. Ожегова, оскорбительный – причиняющий, способный причинить оскорбление или обиду; оскорбительное предложение; оскорбительный упрек; оскорбительный намек.

Реклама распространялась на территории города Читы по улице Магистральная рядом с магазином «Привоз», следовательно, была доступна всем категориям граждан. Вышеназванная реклама вызвала возмущение жителей города, многие восприняли ее как пропаганду, намек на суицид.

Восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта следовательно, 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.

10 июня 2016 года состоялось заседание Экспертного совета по применению законодательства Российской Федерации о рекламе при Забайкальском УФАС России (Далее - Экспертный совет). Экспертным советом принято решение о том, что реклама магазина «Крепёж» нарушает часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодателем в силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы.

Рекламный баннер размещен рекламной фирмой «Скандал» на основании договора оказания услуг по размещению и распространению наружной рекламы № с индивидуальным предпринимателем П.

ИП П. представлена копия договора на оказание услуг по размещению и распространению наружной рекламы между ИП К. и ИП П. от №. Предметом договора является следующее: исполнитель (К.) в соответствии с условиями договора обязуется по заданию заказчика (П.) оказать информационные услуги, а заказчик обязуется выполнить комплекс работ и услуг, направленных на организацию и размещение рекламных кампаний по размещению и распространению рекламной информации заказчика. Таким образом, объект рекламирования определен ИП П. Рекламодателем является ИП П.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе; пунктами 37, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденных Постановлением правительства РФ от 17.08.2006 № 508; пунктом 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденного приказом ФАС от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия,

### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей наружную рекламу следующего содержания: «Наш крепеж не подведет!», с изображением висящих под потолком ног человека, которая расположена по адресу: г. Чита, улица Магистральная, возле магазина «Привоз», поскольку она нарушает требования, установленные частью 6 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Признать ИП П. нарушившим требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе.
3. Выдать ИП П. предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Забайкальского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП.

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

Председатель Комиссии

Члены Комиссии