

М. Н.В.

Ул. Голосова, ...

г.Тольятти, 445017

Директору

ООО «Майами»

Х. А.Н.

Ул. Льва Яшина, 14, пом.22

г. Тольятти, 445047

Директору

[МП «ТПАТП №3»](#)

А.А.Ю.

Ул. Громовой, 51

г. Тольятти, 445045

admin@tpatp3.ru

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 10371-14/8

«29» июня 2015г.

г. Самара

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

Председатель Комиссии - Баженов А.Р.

Члены Комиссии - Макридина И.А.,

Симонова Т.А.

рассмотрев дело №10371-14/8 по признакам нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе по факту размещения рекламы ООО «Майами» на рекламной конструкции, по адресу: г. Тольятти, Центральный район, ул. Родина 1Г (Автовокзал г.Тольятти), на которой рекламируются услуги такси ООО «Майами», в рекламе присутствуют изображение девушки со стрелой попавшей в интимную часть тела и надписью «Точное попадание! Мы снова снизили цены!..», что содержит признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

в присутствии представителей:

заявитель – М. Н.В. (445017, г. Тольятти, ул. Голосова, ..) представитель отсутствует (уведомлялась о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом, что подтверждается отчетом отправки письма с сайта Почта России);

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – представитель ООО «Майами» (445047, г. Тольятти, ул. Льва Яшина, 14 пом. 22, ИНН: 6321175726, дата внесения записи в ЕГРЮЛ 15.10.2014г.) по доверенности б/н от 27.03.2015г Варванцева А.Г. (уведомлялось о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом, что подтверждается отчетом отправки письма с сайта Почта России);

заинтересованное лицо – МП «ТПАТП №3№ (445045, г. Тольятти, ул. Громовой, 51) представитель отсутствовал (уведомлялась о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом, что подтверждается отчетом отправки письма с сайта Почта России);

заинтересованное лицо – _____

эксперта – _____

переводчика – _____

УСТАНОВИЛА:

В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области (далее - Самарское УФАС России) поступило обращение гр. Мухановой Н.В. (вх.№387-гр от 19.05.2015г.), переданное Управлением потребительского рынка Мэрии г.о. Тольятти, в котором заявитель сообщает о распространении рекламы с использованием оскорбительных и непристойных образов.

К обращению приложены фотографии рекламы, размещенной на рекламной конструкции по адресу: г. Тольятти, Центральный район, ул. Родина 1Г (Автовокзал г.Тольятти), на которой рекламируются услуги такси ООО «Майами», в рекламе присутствуют изображение девушки со стрелой, попавшей в интимную часть тела, и надписью «точное попадание! Мы снова снизили цены!..», в указанной рекламе

имеются признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

В соответствии с частью 6 статьи 5 ФЗ «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, указанная реклама содержит признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального Закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Указанная реклама также оценивалась членами Экспертного совета по рекламе при Самарском УФАС России, большинство членов Экспертного совета в ответ на запрос антимонопольного органа пояснили, что данная реклама не соответствует законодательству Российской Федерации о рекламе, в части непристойных образов.

Экспертный совет образован в целях рассмотрения вопросов, связанных с применением законодательства Российской Федерации о рекламе, а также выработки предложений по его совершенствованию. Он является **консультативно-совещательным органом** при Самарском УФАС России. В состав Экспертного совета входят специалисты антимонопольного органа, представители органов исполнительной власти Самарской области, саморегулируемых организаций и профессиональные участники рекламного рынка, эксперты и специалисты в отдельных областях знаний.

Комиссией Самарского УФАС России установлено, что ООО «Майами» является рекламодателем указанной рекламы, то есть продавцом товара, определившим объект рекламирования и содержание рекламы, что подтверждается следующими обстоятельствами:

1. Фактом распространения рекламы на рекламной конструкции по адресу: г. Тольятти, Центральный район, ул. Родина 1Г (Автовокзал г.Тольятти), на которой рекламируются услуги такси ООО «Майами», в рекламе присутствуют изображение девушки со стрелой попавшей в интимную часть тела и надписью «точное попадание! Мы снова снизили цены!..»;
2. Письменными пояснениями ООО «Майами» (вх.№4074-з от 09.06.215г.)
3. Копией договора №30-12-2/08 от 30.12.2008г. возмездного оказания услуг, заключенного между ООО «Федерация» (Исполнитель) и ООО «Майами» (Заказчик), предметом данного договора является оказание услуг по организации и обеспечению исполнения дизайн-разработки, концепций рекламных компаний, изготовление продукции – средств наружной и внутренней рекламы, полиграфической продукции, сувенирной продукции, а также размещение рекламных материалов в СМИ.
4. Копиями актов выполненных работ к договору №30-12-2/08 от 30.12.2008г. №000348

от 31.07.2014г. печать баннера, разработка дизайн-макета, №000351 от 11.08.2014г. проклейка, люверсировка, монтаж баннера, демонтаж баннера.

5. Копией договора аренды рекламной конструкции №30-12-1-08 от 30.12.2015г. заключенного между ООО «Федерация» (арендодатель) и ООО «Майами» (Арендатор).

6. Дополнительным соглашением к договору №30-12-1-08 от 30.12.2015г. о передаче во временное владение и пользование – аренду рекламной конструкции щит 3х6м, по адресу: г.Тольятти, ул. Родины, д.1Г (Автовокзал) сроком на 12 месяцев.

7. Копиями актов выполненных работ к договору №30-12-1-08 от 30.12.2015г. №000442 от 27.09.2014г., №000481 от 27.10.2014г., №000556 от 27.11.2014г., №000605 от 27.12.2014г., №000023 от 27.01.2015г., №000041 от 27.02.2015г., №000080 от 27.03.2015г., №000106 от 27.04.2015г., №000142 от 27.03.2015г. – аренда рекламной конструкции.

8. Копиями платежных поручений №674 от 29.07.2014г., №754 от 19.08.2015г., №895 от 26.09.2014г., №989 от 27.10.2014г., №1118 от 26.11.2014г., «1237 от 25.12.2014г., №93 от 30.01.2015г., №197 от 27.02.2015г., №307 от 26.03.2015г., №408 от 28.04.2015г., №473 от 15.05.2015г.

9. Согласованным рекламным макетом с подписями и печатями организаций Заказчика и Исполнителя на изготовление рекламы.

10. Копией фотографии рекламной конструкции с рекламой ООО «Майами».

На рассмотрение дела №10371-14/8 присутствовал представитель ООО «Майами» Варванцева А.Г. по доверенности б/н от 27.03.2015г., которая пояснила, что данная реклама была размещена ООО «Майами» на законных основаниях, что подтверждается договором на изготовление рекламы и договором аренды рекламного щита на котором размещалась реклама.

Таким образом, факт размещения и принадлежности рекламы Обществу не отрицается.

Однако, ООО «Майами» не согласно с доводом, о том что в рекламном материале содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, а именно ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе) под рекламой понимается 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.

Как следует из ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей

информации имеет существенное значение.

Недостовойной считается не только заведомо ложная, активно провозглашаемая, но и умалчиваемая, имеющая существенное значение информация, а также та информация, которая вводит потребителей в заблуждение, создает иллюзорное мнение относительно рекламируемого товара, работ либо услуг.

Ненадлежащей рекламой согласно подпункту 4 статьи 3 Закона о рекламе является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В силу 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 Большим толковым словарем современного русского языка под ред. Д.Н. Ушакова для слов «непристойность», «оскорбить», «брань», раскрыто следующее лексическое значение: «непристойность» — крайне предосудительный, совершенно недопустимый по неприличию, бесстыдству; «оскорбить» — крайне унижить, обидеть, причинить моральный ущерб, боль кому-либо; «брань» - осуждающие, обидные слова, оскорбительные, грубые слова.

В «Современном толковом словаре русского языка» отмечено, что грубый это - «не соблюдающий этики человеческих или профессиональных отношений, невежливый»; «выражающий неуважение, пренебрежение к кому-либо, неучтивый, резкий»; «нарушающий элементарные правила чего-либо; непозволительный, недопустимый».

Согласно разъяснениям ФАС России №АД/17355 от 29.04.2013, часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе следующие виды информации: 1) бранные слова; 2) непристойные образы, сравнения, выражения; 3) оскорбительные образы, сравнения, выражения.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

К оскорбительным образам, сравнениям, выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, понижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Комиссия Самарского УФАС России изучив содержание рекламного материала в совокупности с имеющимися выражениями и изображениями в ней, а именно: «Точное попадание! Мы снова снизили цены!..», изображения «девушки на фоне

мишени с поднятой юбкой и торчащей стрелой попавшей в интимную часть тела девушки», приходит к следующим выводам:

Использование изображения девушки с приподнятой юбкой на фоне мишени со стрелой в интимной части тела, в сочетании с лозунгом «Точное попадание» непроизвольно вызывает ассоциативную связь, так как словосочетание «Точное попадание!» по смыслу связано с попаданием в мишень. При этом мишень закрыта девушкой, таким образом, под мишенью, пораженной точным попаданием, оказывается девушка, находящаяся в неловком положении. В данном случае такое сочетание словесных и изобразительных элементов носит двусмысленный характер и приводит к формированию оскорбительного сравнения человека с мишенью для поражения, а также образа, оскорбляющего человеческое достоинство в связи с его полом, в данном случае – женским.

Таким образом, по мнению Комиссии Самарского УФАС России, данная реклама является неприемлемой, так как по всем показателям и факторам содержит использование оскорбительных сравнений и выражений.

Таким образом, указанная реклама содержит нарушение части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», в части использования непристойных образов и сравнений в отношении пола

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение вышеуказанного требования несет рекламодатель.

В материалах дела отсутствуют доказательства того, что указанная выше реклама в настоящее время не распространяется на рекламной конструкции, по адресу: г. Тольятти, Центральный район, ул. Родина 1Г (Автовокзал г.Тольятти), в этой связи Самарское УФАС России считает необходимым выдать ООО «Майами» предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

На основании вышеизложенного и руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространенную ООО «Майами» на рекламной конструкции, по адресу: г. Тольятти, Центральный район, ул. Родина 1Г (Автовокзал г.Тольятти), на которой рекламируются услуги такси ООО «Майами», в рекламе присутствуют изображение девушки со стрелой, попавшей в интимную часть тела, и надписью «точное попадание! Мы снова снизили цены!..», поскольку она содержит нарушение требований части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Майами», как рекламодателю предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Выдать ООО «Федерация», как рекламораспространителю предписание о

прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 19 июня 2015г.

Решение изготовлено в полном объеме 29 июня 2015г.

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

Председатель Комиссии

А.Р. Баженов

Члены Комиссии

И.А. Макридина

Т.А. Симонова