

## РЕШЕНИЕ

по делу № 35-Р-2017

07 сентября 2017 г.

г.Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 25 августа 2017 года.

Решение в полном объеме изготовлено 07 сентября 2017 года.

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

председатель Комиссии:

«...»

члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 35-Р-2017, возбужденное по признакам нарушения требований определенных ч.6 ст.5, ч.ч. 1, 3 ст.28 Закона о рекламе в отношении гражданки «...» в отсутствие лиц, участвующих в деле: лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - гражданки «...» извещенной о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом,

заявителя - Духовного управления мусульман Российской Федерации Местной религиозной организации мусульман "Надежда" города Чебоксары, извещенного о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом,

### УСТАНОВИЛА:

13.06.2017 (вх. № 04-10/4123) в Чувашское УФАС России поступило заявление Духовного управления мусульман Российской Федерации Местной религиозной организации мусульман "Надежда" города Чебоксары (далее - Заявитель) о распространении на рекламной конструкции в границах г. Новочебоксарск, напротив дома № 6/3(ул. Пионерская), ненадлежащей рекламы, содержащей непристойный образ обнаженного женского тела, таким образом, имеющей признаки нарушения ч.6 ст.5 Закона о рекламе.

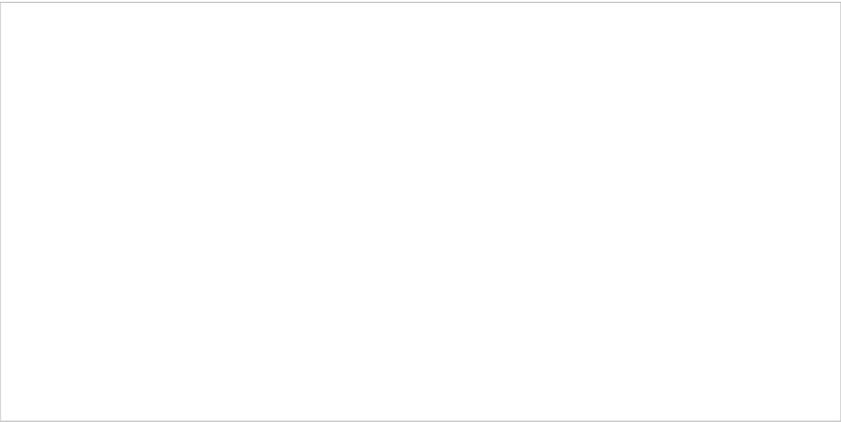
В изображении данной рекламы усматривается надпись "Увеличь свою квартиру", с указанием контактного номера телефона: 222-144.

Согласно заявлению, информация размещена ООО "СтройИнвест", с указанием контактного номера телефона: 222-144, принадлежащего ООО "СтройИнвест".

Таким образом, Заявитель просит дать правовую оценку представленного им изображения согласно требованиям части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

В рамках рассмотрения заявления определено.

Рассматриваемая информация соответствует определению понятия рекламы, установленному пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе. Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является финансовая услуга по предоставлению ипотеки для покупки недвижимости, расположенной в микрорайоне «Светлый», содержащий следующий текст: "ипотека 10,5% без первоначального взноса УВЕЛИЧЬ СВОЮ КВАРТИРУ".



Общие требования к рекламе установлены в статье 5 Закона о рекламе.

В силу требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе установлено, 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.

В рассматриваемом случае, по мнению Заявителя, изображенный образ обнаженной девушки в купальном костюме, не связанный по смыслу с предлагаемой рекламной финансовой услугой, нарушает общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Из разъяснения ФАС России (письмо от 29.04. 2013 N АД/17355/13 "О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ "О рекламе") следует, что вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным 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 прочее).

Соответственно, 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.

Кроме того, 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.).

Учитывая изложенное, ФАС России рекомендует создать Экспертные советы при территориальных органах ФАС России, на заседаниях которых может быть дана оценка этичности рекламы с учетом восприятия информации, которое характерно для жителей конкретного субъекта Российской Федерации.

Таким образом, 03.08.2017 организовано и проведено заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе, образованного при Чувашском УФАС России.

В целях определения восприятия рассматриваемой рекламы непосредственно потребителями и оценки тех ассоциаций, которые она вызывает, Членам Совета было предложено выразить свое мнение, а именно ответить на вопрос: Ассоциируется ли данная реклама с непристойным и оскорбительным образом, нарушающим общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

В результате рассмотрения данной рекламы и обсуждений, члены Совета не пришли к единому мнению, что рассматриваемая реклама не соответствует требованиям, установленным частью 6 статьи 5 Закона о рекламе и затрагивает общепринятые нормы и принципы поведения в обществе (Протокол заседания Экспертного Совета по применению законодательства о рекламе от 04.08.2017, размещенный в открытом доступе на официальном сайте Чувашского УФАС России).

Таким образом, окончательное решение по указанному факту, в части установления наличия либо отсутствия нарушения ч. 6 ст.5 Закона о рекламе, принято Комиссией при вынесении решения в результате рассмотрения настоящего дела.

Согласно результатам высказанных мнений, члены Совета не пришли к единому мнению в вопросе нарушения требований, установленных частью 6 статьи 5 Закона о рекламе, затрагивает общепринятые нормы

и принципы поведения в обществе.

В результате представленных ответов, установлены различные мнения членов Совета, из которых, в том числе, следует:

- изображение полуодетой женщины, что с точки зрения логики, выглядит несуразно, текстовая информация не воспринимается связанно с картинкой. В данном контексте реклама неуместна и непристойна, нарушает нормы части 6 ст. 5 Закона о рекламе;

- рассматриваемая реклама не является непристойной. Однако, образ, используемый в рекламе, не соотносится с содержанием;

- данная реклама не ассоциируется с непристойным и оскорбительным образом и не нарушает нормы законодательства.

Непристойный образ - шокирующий, ранящий и открыто оскорбляющий скромного, воспитанного человека. Рассматриваемая реклама не вызывает указанных ассоциаций и предосудительности.

Образ выполнен корректно, поскольку девушка не обнажена, одета в купальник, в связи с тем, что реклама распространяется в летний период времени.

Согласно тексту рекламы, потребителю предлагается увеличить свою квартиру, воспользовавшись ипотекой. Таким образом, девушка смотрит в подозрную трубу, приближая и увеличивая изображение новой квартиры.

Восприятие конкретным лицом информации зависит от личностных характеристик субъекта, что подтверждается общественным мнением в вопросе рассматриваемой спорной рекламы на Экспертном Совете Чувашского УФАС России, члены которого не выявили единогласно в изображении данной рекламы непристойного и оскорбительного характера.

Принимая во внимание, что рассматриваемая реклама имела место размещения в летний период времени, ее исполнение содержит образ девушки в купальном костюме.

Кроме того, если понимать термин "непристойный", согласно значению слов толковых словарей, как "безнравственный, неприличный, вульгарный, срамной, скабресный, крайне предосудительный, совершенно недопустимый по неприличию, бесстыдству", а термин "оскорбительный" - как причиняющий "обиду, унижительный, язвительный", то следует сделать вывод, что в данной рекламе не используются непристойные и оскорбительные образы.

Оценивая спорную рекламу, Комиссия исходила из требований норм части 6 статьи 5 Закона о рекламе, официальных разъяснений, а также мнения Экспертного Совета, потребителей рекламы, их восприятия и оценке тех ассоциаций, которые вызывает данная реклама.

Таким образом, проанализировав фактические обстоятельства дела, Комиссия не установила в рассматриваемой рекламе нарушений требований нормы части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

При этом, в рассматриваемой рекламе содержится информация, содержащая предложение финансовой услуги по предоставлению ипотеки для покупки недвижимости, расположенной в микрорайоне «Светлый».

Ипотека - одна из форм залога, при которой закладываемое недвижимое имущество остаётся во владении и пользовании должника, а кредитор в случае невыполнения последним своего обязательства приобретает право получить удовлетворение за счёт реализации данного имущества.

Ипотекой является также залог уже существующего недвижимого имущества собственника для получения им кредита или займа.

В соответствии со статьей 4 Федерального закона "О защите конкуренции" финансовая услуга - банковская услуга, страховая услуга, услуга на рынке ценных бумаг, услуга по договору лизинга, а также услуга, оказываемая финансовой организацией и связанная с привлечением и (или) размещением денежных средств юридических и физических лиц; финансовая организация - хозяйствующий субъект, оказывающий финансовые услуги, в том числе по выдаче кредитов (займов).

Принимая во внимание текст, указанный в рекламе, такую рекламу необходимо рассматривать как рекламу финансовых услуг.

В сферу регулирования статьи 28 Закона о рекламе включены требования к рекламе финансовых услуг.

Частью 3 данной статьи установлено, что если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, пользованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Законом о потребительском кредите, для заемщика и влияющие на нее.

К условиям, определяющим стоимость кредита (займа) для заемщика, относятся сумма кредита (займа), срок кредитного (потребительского займа) договора, размер процентной ставки, единовременные и периодически взимаемые платежи, а также дополнительные расходы заемщика, если их включение в кредитный договор (потребительского займа) может повлиять на сумму денежных средств, которую заемщик должен выплатить кредитору по кредитному (потребительского займа) договору.

Ввиду того, что реклама ипотечного кредитования подпадает под определение финансовой услуги, то составляющие указанной рекламы регламентируются, в том числе, Федеральным законом от 21.12.2013 № 353-ФЗ «О потребительском кредите (займе)» (далее Закон о потребительском кредите).

В случае распространения рекламной информации о предоставлении финансовой услуги - ипотеки, потребителю в обязательном порядке должна быть в полном объеме раскрыта информация об условиях предоставления, использования и возврата потребительского кредита (займа), которые регламентированы частью 4 статьи 5 Закона о потребительском кредите.

В рассматриваемой рекламе указана информация: "ипотека 10,5% без первоначального взноса", но при этом не указаны иные существенные условия, определяющие фактическую стоимость ипотеки для заемщика и влияющие на нее. Указание неполных сведений об условиях предоставления ипотеки, может привести к искажению сути рекламируемой финансовой услуги и ввести в заблуждение потребителей, имеющих намерение ею воспользоваться.

Поскольку рассматриваемая реклама направлена на формирование у потребителя желания воспользоваться рекламируемой финансовой услугой, то существенной является не только информация привлекательная для потребителя, но и информация способная обмануть ожидания, сформированные у потребителей данной рекламы.

При этом, вся необходимая информация, в силу вышеуказанных законодательных норм, должна доводиться до потребителя непосредственно в рекламе, в связи с тем, чтобы обеспечить возможность с ней ознакомиться, так как она может существенно повлиять на его выбор.

Таким образом, Комиссия пришла к выводу, что данная реклама содержит нарушения требований части 3 статьи 28 Закона о рекламе, в связи с отсутствием в рекламе существенной для потребителя информации - всех условий, определяющих полную стоимость кредита для заемщика и влияющих на нее.

Ответственность за нарушение требований части 3 статьи 28 Закона о рекламе возложена на рекламодателя (ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе).

Кроме того, в рассматриваемой рекламе отсутствуют сведения о полном наименовании юридического лица, с указанием организационно-правовой формы, предоставляющего услугу ипотеки, что указывает на наличие признаков нарушения требований части 1 статьи 28 Закона о рекламе.

В соответствии с [частью 1 статьи 28](#) Закона о рекламе определено, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя, отчество).

Указание правильных реквизитов организации, предоставляющей услугу по кредиту (финансовой услуги), является одной из гарантий соблюдения информационного права потребителей.

Согласно пункту 1 статьи 54 Гражданского кодекса Российской Федерации юридическое лицо имеет свое наименование, содержащее указание на его организационно-правовую форму.

В рассматриваемой рекламе отсутствует полное название организации, предоставляющей финансовую услугу.

Таким образом, Комиссия пришла к выводу, что данная реклама содержит нарушения требований части 1 статьи 28 Закона о рекламе, в связи с отсутствием в рекламе части существенной для потребителя информации - полного наименования лица, оказывающего эти услуги.

Ответственность за нарушение требований части 1 статьи 28 Закона о рекламе возложена на рекламодателя и рекламораспространителя (ч. 6, ч. 7 ст. 38 Закона о рекламе).

В рамках рассмотрения заявления установлено, что рекламодателем, в данном случае, является ООО "СтройИнвест" (429950, г. Новочебоксарск, ул. Промышленная, д.78, оф.401).

В связи с тем, что в действиях ООО "СтройИнвест" усматриваются признаки нарушения Закона о рекламе, определением от 06.07.2017 (исх. № 04-10/5045) Чувашским УФАС России возбуждено дело в отношении ООО "СтройИнвест".

Из представленного ответа ООО "СтройИнвест" установлено, что изготовлением и размещением данного рекламного материала занималась гр. Игнатьева А.В., которую ООО «СтройИнвест» привлекло по договору от 16.01.2017, заключенному между ООО "СтройИнвест" и гр. «...»

Согласно ответу ООО "СтройИнвест", необходимость привлечения третьего лица у общества возникла в связи с тем, что оно не компетентно в вопросах изготовления и размещения информации. Соответственно полагалось в данных вопросах полностью на привлеченного исполнителя – «...».

По условиям данного Договора Исполнитель («...») по заданию Заказчика (ООО «СтройИнвест») выполняет работы и/или услуги по производству и размещению рекламных и/или информационных материалов.

В представленной заявке ООО «СтройИнвест» просило «...» изготовить и разместить на рекламных баннерах информацию следующего содержания: «Ипотека 10,5% без первоначального взноса» на приобретение двух и трехкомнатные квартир. Рисунок должен быть ярким, летним».

Из представленных ООО «СтройИнвест» на заседание Комиссии 04.08.2017 документов и материалов следует, что рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является гражданка «...», как лицо, осуществившее полностью приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В заседание Комиссии 22.08.2017 «...» представлены запрашиваемые пояснения, согласно которым следует.

Изготовлением и размещением рекламных материалов с изображением девушки в купальном костюме с надписью «Ипотека 10,5% без первого взноса. Увеличь свою квартиру» занималась гражданка «...», которую привлекло ООО «СтройИнвест» по договору на изготовление и размещение рекламных материалов от 16.01.2017.

По условиям Договора Исполнитель оказывает услуги по производству и размещению рекламных и/или информационных материалов Заказчика (далее-Материалы) на металлических конструкциях (рекламных баннерах), в печатных изданиях, на сайтах в сети интернет, в социальных сетях, фасадах зданий и сооружений.

Согласно пункту 2.2.1. Договора размещенный Исполнителем «Материал» должен соответствовать действительности, не содержать сведений, унижающих честь, достоинство и деловую репутацию других лиц, по содержанию и оформлению соответствовать всем требованиям законодательства РФ, включая законодательство о рекламе, об интеллектуальной собственности.

В соответствии с п. 5 Договора Исполнитель несет ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе в части содержания рекламы.

Все имущественные претензии, в том числе авторов и обладателей смежных прав, к Исполнителю в отношении содержания «материалов», должны быть урегулированы Исполнителем своими силами и за свой счет.

В случае возникновения претензий и исков со стороны третьих лиц, связанных с вопросами нарушения прав на объекты интеллектуальной собственности, использованных в «материалах», а также связанные с защитой чести, достоинства или деловой репутации, недостоверностью сведений и информации, содержащихся в «материалах», иными вопросами, касающимися содержания «материалов», Исполнитель самостоятельно несет полную имущественную ответственность по указанным претензиям и искам. При изготовлении рекламного продукта Заказчику, Исполнитель несет ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе.

В соответствии с пунктом 5.1. Договора Исполнитель несет ответственность за нарушение законодательства РФ о рекламе в части содержания рекламы.

Из представленных в рамках рассмотрения дела пояснений «...» следует, что «...», как исполнитель, недобросовестно отнеслась к выполнению работ и оказанию услуг, порученных ей ООО «СтройИнвест» по размещению вышеуказанных рекламных материалов, а именно:

«...» должна была надлежащим образом собрать всю информацию, касающуюся размещаемой информации, изготовить надлежащий дизайн-макет, проверить его на соответствие действующему законодательству РФ о рекламе, согласовать его с ООО «СтройИнвест» и после этого размещать на баннерах.

Однако данные условия были нарушены Исполнителем.

В заседание Комиссии «...» представлен договор от 20.02.2017 возмездного оказания услуг на изготовление дизайн-макетов рассматриваемой рекламы, заключенный между «...».

Как поясняет в заседании Комиссии «...» дизайн-макет она не согласовывала с ООО «СтройИнвест».

В заседание Комиссии «...» представлена копия технического задания по изготовлению рассматриваемой рекламы от гр. «...», согласно которого установлены содержание, размер, сроки изготовления - к 20.05.2017, место размещения рекламы:

- рынок г. Новочебоксарск, ул. Винокурова, д.64;

- г. Новочебоксарск, пересечение улиц Пионерская и Советская, сторона "Б";

- г. Новочебоксарск, ул. Пионерская, сторона "А";

- г. Чебоксары, Марпосадское шоссе, пересечение с Хозяйственным проездом, сторона "Б".

Согласно пояснению «...», в компании ООО «ПОТОЛКИ 21» последняя заказала распечатку и производство монтажа баннеров в целях размещения рекламы по вышеуказанным адресам.

В заседание Комиссии «...» представлена копия технического задания по изготовлению рассматриваемой

рекламы ООО "Потолки 21", согласно которого установлены работы по распечатке и монтажу баннеров, сроки размещения - 02.06.2017, место размещения рекламы (вышеуказанные адреса).

Таким образом, в заседании Комиссии «...» пояснила, что, в данном случае, именно «...» является рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы.

Рекламодателем, в данном случае, как лицо, определившее объект рекламирования и содержание рекламы, является ООО «СтройИнвест». В силу Закона о рекламе, рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

При этом, из представленных документов и материалов, а также рассмотренных обстоятельств в рамках рассмотрения настоящего дела, следует, что рекламопроизводителем, лицом полностью осуществившим приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму, является «...»

Рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму (п.6 ст.3 Закона о рекламе).

В силу Закона о рекламе рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, установленных Законом о рекламе, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине. Оценив изложенные в рамках дела пояснения и представленные документы, Комиссия пришла к выводу, что рекламопроизводителем рассматриваемой рекламы является «...», как лицо, осуществившее полностью приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму и должна нести ответственность за нарушение Закона о рекламе.

Из пояснений «...», представленных в рамках рассмотрения дела, следует, что спорная реклама прекратила размещаться на баннерах г. Новочебоксарска - 11.07. 2017, на Марпосадском шоссе – 31.07. 2017.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В связи с тем, что в рамках рассмотрения дела установлено о не распространении в настоящее время спорной рекламы, Комиссия пришла к выводу об отсутствии основания выдачи «...» предписания о прекращении нарушения ч. 1, ч.3 ст.28 Закона о рекламе.

Оценив и проанализировав представленные в заседании Комиссии документы и заявленные доводы,

руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения Закона

о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «СтройИнвест», содержащей следующий текст: "ипотека 10,5% без первоначального взноса УВЕЛИЧЬ СВОЮ КВАРТИРУ", распространяемую:

в границах г. Новочебоксарск по адресам: ул. Винокурова, пересечение улиц Пионерская и Советская, сторона "Б", ул. Пионерская, сторона "А" в период со 02.06.2017 по 11.07. 2017

на Марпосадском шоссе – в период со 02.06.2017 по 31.07. 2017,

поскольку в ней нарушены требования частей 1, 3 статьи 28 Закона о рекламе.

2. Признать гражданку «...», нарушившей требования ч.1, ч. 3 ст. 28 Закона о рекламе.

3. Не выдавать «...» предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе, в связи с отсутствием распространения рассматриваемой рекламы на момент рассмотрения дела.

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

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Чувашской Республики-Чувашии в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»