

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

<...>,

члены Комиссии:

<...>,<...>,

рассмотрев дело №31-ФАС22-Р/03-13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения ООО «Фифа» рекламы с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»,

в присутствии: лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – рекламодателя ООО «Фифа» (<...>) в лице представителя по доверенности <...>,

УСТАНОВИЛА:

на странице 67 журнала «Телепарк» №46 730 от 19-25 ноября 2012 года размещена реклама косметического салона «Фифа» следующего содержания:

«косметический салон Фи фа ул. Балтийская, 13 т.60-30-87 www.salonfifa.ru Без волос лучше! Удаление волос на длительный срок фотоэпиляция За информацией о противопоказаниях, побочных эффектах необходимо обратиться к специалистам Лицензия 10-22-01-001049 от 07.10.2011г.».

Реклама сопровождается изображением двух женщин в купальниках, у одной из которых в подмышечных впадинах и в районе зоны бикини изображен густой волосяной покров.

В рассматриваемой рекламной информации содержатся признаки нарушения требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Факт размещения обозначенной рекламной информации установлен антимонопольным органом 20 ноября 2012 года.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Фифа», что подтверждается договором №А38/р на размещение рекламы от 01.10.2012г., бланком заказа для размещения рекламы от 12.11.2012г. Согласно п.1.1. договора №А38/р от 01.10.2012г. Исполнитель (ООО <...>) обязуется размещать рекламу Заказчика (ООО «Фифа») в издании «Телепарк» на условиях, установленных настоящим договором и бланками заказов на размещение рекламы, являющимися неотъемлемой частью настоящего договора.

Макет рассматриваемой рекламы утвержден директором ООО «Фифа» <...>.

Согласно счету на оплату №3763 от 26.11.2012г. услуги по размещению рассматриваемой рекламы оплачены ООО «Фифа» в сумме 1980 рублей.

Согласно письменным пояснениям, представленным директором ООО «Фифа» <...>, законодательством Российской Федерации не установлена ответственность за появление в общественном месте с не удаленными волосами на определенных участках тела, следовательно образ человека с растительностью на теле не является непристойным или оскорбительным, а представляет собой форму самоопределения индивидуума.

На заседании Комиссии представитель ООО «Фифа» <...> пояснил, что изображенный в рекламе волосистой покров в подмышечных впадинах и в районе зоны бикини не привлекает к себе внимание.

Комиссия, заслушав доводы стороны, изучив материалы дела и исследовав доказательства по делу, дав им надлежащую оценку, пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона от 13.03.2006г № 38-ФЗ «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; объект рекламирования - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация полностью соответствует легальному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к косметическому салону «Фифа», к услуге – фотоэпиляция, к женским образам, используемым в рекламе, способствует поддержанию интереса к указанным объектам рекламирования и продвижению их на рынке.

Согласно части 1 статьи 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Согласно части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-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.

Согласно Толковому словарю русского языка С.И. Ожегова, непристойный – неприличный, бесстыдный.

Слово «бесстыдный» согласно вышеуказанному словарю означает «лишенный чувства стыда, противоречащий общественной морали, непристойный».

Слово «неприличный» - противоречащий правилам приличия. «Приличие» - правило поведения, вежливость, благопристойность.

В соответствии с информацией, размещенной в общедоступном источнике «Википедия» по адресу: <http://ru.wikipedia.org/wiki/> слово «непристойный» означает «всё шокирующее, явно ранящее и открыто оскорбляющее скромного и воспитанного человека. Это могут быть жесты, слова и выражения, поступки, одежда или её отсутствие, изображения и предметы. Термин часто употребляется о довольно неприличном, бесстыдном и предосудительном по части сексуальной этики и табу, но не сводится только к этой области общественной морали.».

Согласно материалам, размещенным в «Википедии», половые признаки — ряд отличительных особенностей строения и функций органов тела, определяющие половую принадлежность организма.

К вторичным половым признакам по женскому типу относят, в том числе: оволосение промежности, паховые складки, подмышечные волосы.

Изображения в рекламе волосяного покрова на интимных местах (область бикини) нарушают традиционно сложившиеся в обществе нравственные нормы, так как в российском обществе не существует традиций демонстрации вторичных половых признаков, кроме того, такая демонстрация является явно неприличной и оскорбительной.

В целях всесторонней и объективной оценки рекламы косметического салона «Фифа», рекламный модуль, размещенный стр.67 журнала «Телепарк» №46 730 от 19-25 ноября 2012 года, был направлен в Экспертную комиссию в сфере охраны норм общественной нравственности при администрации г.Барнаула для проведения экспертизы (исх. №6152/7 от 21.11.2012г.).

Перед экспертами были поставлены следующие вопросы:

1.Какова характеристика рекламы с точки зрения непристойности и морали?

2.Обосновано ли использование в рекламе косметического салона «Фифа» женского образа в подобном виде?

3) Является ли использованный в рекламе: «косметический салон Фи фа ул. Балтийская, 13 т.60-30-87 www.salonfifa.ru Без волос лучше! Удаление волос на длительный срок фотоэпиляция За информацией о противопоказаниях, побочных эффектах необходимо обратиться к специалистам Лицензия 10-22-01-001049 от 07.10.2011г.» образ девушки непристойным и оскорбительным?

31.01.2013 года в адрес Алтайского краевого УФАС России поступило Заключение Экспертной комиссии в сфере охраны норм общественной нравственности при администрации г.Барнаула, в соответствии с которым содержание данной рекламы признано непристойным и оскорбительным.

На основании изложенного Комиссия приходит к выводу о нарушении ООО «Фифа» ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе признается, согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

Ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет, согласно части 6 статьи 38 настоящего Федерального закона, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно представленным материалам, рекламодателем рекламной информации является ООО «Фифа».

Согласно части 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, 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 рекламу «косметический салон Фи фа ул. Балтийская, 13 т.60-30-87 www.salonfifa.ru Без волос лучше! Удаление волос на длительный срок фотоэпиляция За информацией о противопоказаниях, побочных эффектах необходимо обратиться к специалистам Лицензия 10-22-01-001049 от 07.10.2011г.», размещенную в журнале «Телепарк» №46 730 от 19-25 ноября 2012 года, ненадлежащей, поскольку при ее размещении нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать рекламодателя – ООО «Фифа» нарушившим требования части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать ООО «Фифа» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС России для возбуждения производства по делу об административном правонарушении в отношении должностного лица – директора ООО «Фифа» <...> по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Председатель Комиссии

<...>,

Члены Комиссии

<...>,<...>.