

РЕШЕНИЕ

06 июня 2014 года г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель
Комиссии: Л.Н. Галичина, заместитель руководителя — начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

И.П. Баранова, ведущий специалист - эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

члены
Комиссии: Л.Р. Штепа, специалист 1 разряда отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 36-2014 по признакам нарушения части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» по факту размещения в журнале «Ключевые люди» рекламы студии художественного дизайна «АРТ», в которой использована фотография под названием «Амазонка» при отсутствии согласия изображенного лица на ее использование,

в отсутствие заявителя, уведомленного надлежащим образом о месте и времени рассмотрения дела и заявившего ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие,

в присутствии:

<...>,

представителей: ООО АН «Ключевые люди» <...>, действующего по доверенности от 21.04.2014 № 101,

ООО «Агентство маркетинга и коммуникаций «Ключевые люди» <...>, действующей по доверенности от 03.02.2014 № 5,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области поступило заявление физического лица о размещении в журнале «Ключевые люди» фотографии заявителя без его согласия.

Из заявления следует, что на странице 86 журнала «Ключевые люди» (выпуск № 16 за февраль 2014 года) присутствует фотография заявителя, размещенная под надписью «Амазонка». Заявитель указывает, что не давал согласие на размещение его фотографии, просил провести проверку деятельности редакции журнала «Ключевые люди». При этом заявитель указал, что фотография размещена в связи с публикацией статьи «Тело как объект искусства», которая, по его мнению, является рекламной, что свидетельствует о нарушении рекламного законодательства.

Проверка, проведенная антимонопольным органом по заявлению, показала следующее.

Заявитель на платной основе приобрела подарочный сертификат «Brosko», «Bodi-art шоу, креативная фото-сессия, эмоции в подарок», который предусматривал исполнение боди-арта и осуществление фотосессии. Исполнителем боди-арта являлась художник <...>. Полученную в результате исполнения программы фотографию заявителя под названием «Амазонка» <...> передала в редакцию журнала «Ключевые люди» для публикации статьи о боди-арте.

Челябинским УФАС России было возбуждено дело по признакам нарушения части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», к участию в рассмотрении дела кроме заявителя привлечены <...> и издатель журнала ООО АН «Ключевые люди».

<...> пояснила, что статью о боди-арте и фотографии работ боди-арт, в том числе фотографию под названием «Амазонка», представила в редакцию журнала для верстки, согласие на их размещение не давала, поэтому и согласия лиц, чьи фотографии планировалось разместить, не получала.

ООО АН «Ключевые люди» пояснило, что указанную статью и фотографию оно не размещало, а лицом, ответственным за размещение всех материалов, текстов и изображений в журнале, является ООО «Агентство маркетинга и коммуникаций «Ключевые люди» на основании агентского договора, заключенного между указанными лицами.

Из объяснений ООО «Агентство маркетинга и коммуникаций «Ключевые люди» следует, что согласие <...> для размещения в журнале фотографии с ее изображением у него отсутствует.

Исследовав материалы дела, заслушав лиц, участвующих в деле, Комиссия пришла к следующим выводам.

В журнале «Ключевые люди» на страницах 82-87 размещена статья под заголовком «Тело как объект искусства», сопровождающаяся фотографиями людей и содержащая информацию как в целом о направлении художественного дизайна «Боди-Арт», так и о конкретной студии художника Ольги Мошкиной.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама -

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.

В соответствии с пунктом 2 названной статьи 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

Анализ сведений, содержащихся в статье, свидетельствует о ее рекламном происхождении по следующим основаниям.

Информация, размещенная в журнале «Ключевые люди» доступна для восприятия лицам (читателям), круг которых заранее не может быть определен, следовательно, адресована неопределенному кругу лиц. Присутствие в статье таких сведений как: «...Первые клиенты порой просто не знали, что мы готовим для заказанных ими презентаций...Сегодня клиенты приходят за фотографиями необычными» наряду с указанием наименования лица, оказывающего услуги «Боди-Арт», а именно, студия художественного дизайна АРТ Ольги Мошкиной, а также ее официального сайта artmoshkina.com, свидетельствует об информировании читателей о результатах деятельности конкретной студии, предлагающей услуги боди-арта (живопись на теле человека). Указание таких сведений направлено на привлечение внимания к услугам, формирует и поддерживает интерес не только к такого рода живописи, но и к конкретному лицу, предоставляющему подобные услуги. Размещение указанной информации способствует продвижению на рынок услуг студии художественного дизайна АРТ Ольги Мошкиной.

Таким образом, информация, размещенная в статье «Тело как объект искусства», обладает всеми признаками рекламы, содержащимися в статье 3 Федерального закона «О рекламе», и должна соответствовать требованиям названного Закона, предъявляемым к рекламе.

Одна из фотографий, сопровождающих данную статью, а именно – фотография, размещенная на странице 86 журнала под заголовком «Амазонка», является фотографическим изображением заявителя. Указанная фотография была получена при проведении фотосессии заявителя на основании подарочного сертификата «Brosko». При этом заявитель утверждает, что не давал согласие на использование его изображения в журнале.

Согласно части 1 статьи 152.1.ГК РФ обнародование и дальнейшее использование изображения гражданина (в том числе его фотографии, а также видеозаписи или произведения изобразительного искусства, в которых он изображён) допускаются только с согласия этого гражданина.

Как следует из Толкового словаря Ожегова С.И., «обнародовать – [объявить](#) для всеобщего [сведения](#), [передать](#) гласности, опубликовать».

По Толковому словарю русского языка Ефремовой Т.Ф. «публиковать – предавать гласности в печатном органе».

Фотография <...> была опубликована в периодическом печатном издании, следовательно, обнародована и использована в рекламе с момента ее размещения в журнале «Ключевые люди».

В связи с тем, что заявитель не давала своего согласия на обнародование и использование ее изображения, а ООО «Агентство маркетинга и коммуникаций «Ключевые люди» не представило доказательства получения такого согласия, изображение заявителя признается обнародованным и использованным в рекламной статье «Тело как объект искусства», размещенной в журнале «Ключевые люди», без согласия изображенного лица, то есть заявителя.

Согласно части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Размещение в журнале «Ключевые люди» фотографии под названием «Амазонка» без согласия автора фотографии указывает на признаки нарушения части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Поскольку действующим рекламным законодательством не предусмотрена ответственность за нарушение части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе может быть выдано лицу, способному устранить допущенное нарушение, а именно ООО «Агентство маркетинга и коммуникаций «Ключевые люди».

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей размещенную в периодическом печатном издании журнале «Ключевые люди» (выпуск № 16 от февраль 2014 года) рекламу студии художественного дизайна «АРТ» под названием «Тело как объект искусства», в которой на странице 86 использована фотография «Амазонка» при отсутствии согласия изображенного лица на ее использование, поскольку в ней нарушено требование части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «Агентство маркетинга и коммуникаций «Ключевые люди» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

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

Решение изготовлено в полном объеме 24 июня 2014 года.

Председатель Комиссии

Л.Н. Галичина

Члены Комиссии

И.П. Баранова

Л.Р. Штепа