

РЕШЕНИЕ

по делу №63 о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе

19 сентября 2012 года

г. Ставрополь

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

Тихенький О.А. - председатель Комиссии, заместитель руководителя управления;

Маскаева Н.В. - член комиссии, государственный инспектор отдела контроля за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

Долидович Е.Е. - член комиссии, специалист-эксперт отдела контроля за соблюдением рекламного законодательства и пресечения недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело №63 по признакам нарушения ООО «Автодом Плюс» законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя ООО «Автодом Плюс» <***> (доверенность №16/08/2012 от 16.08.12).

УСТАНОВИЛА:

В адрес Ставропольского УФАС России поступило обращение гр. <***> вх.№7399 от 20.06.12г. по факту распространения на территории г. Ставрополя, в июне 2012 года рекламы с признаками нарушения законодательства о рекламе.

В ходе осуществления проверки фактов изложенных в заявлении Ставропольским УФАС России установлено, на щите наружной рекламы 21 июня 2012 года, в г. Ставрополе, на ул. Доваторцев, в районе дома №26 зафиксирована реклама с изображением листа бумаги, на котором написано «Игорь прости, но у Олега Сузуки», ниже текста лежит обручальное кольцо.

В вышеуказанной рекламе используются оскорбительные образы, сравнения и выражения, в отношении пола и социальных категорий.

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "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 частью 6 статьи 5 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. "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, социальных категорий и др.

Согласно информации, полученной Ставропольским УФАС России рекламодателем указанной рекламы является ООО «Автодом Плюс».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе", ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе" несет рекламодатель.

На рассмотрении дела представитель ООО «Автодом Плюс» пояснил, что реклама, распространенная обществом, не содержит оскорбительных образов, сравнений и выражений.

С доводами представителя общества нельзя согласиться.

Согласно рецензии ГБУ «Ставропольской краевой психиатрической больницы №1» вх. №8883 от 16.07.12, вышеуказанная реклама может оказать влияние на особо уязвимую категорию граждан, имеющих заниженную самооценку, склонных к пессимистической оценке своего будущего и настоящего, с мотивацией избегания неуспеха и низкой мотивацией достижения. Также для мужчин, находящихся в кризисной ситуации в связи с изменением финансового положения. Надпись *«Игорь, прости, но у Олега Сузуки»* для такой категории подчеркивает приоритетную значимость материальных ценностей над личностными качествами.

Кроме того, данная реклама может оказать влияние на подростков в период личностного становления и первых проб построения отношений. Для подростков – мальчиков с заниженной самооценкой может вызвать состояние неудовлетворенности, обострив характерную для них неуверенность и мнительность. Для девочек подростков - вызывает желание подражать и осуществлять выбор партнера от его финансового положения.

С учетом способа распространения реклама автоцентра «Модус» может повлечь неоднозначное восприятие потребителями, в число которых входят несовершеннолетние.

Данное визуальный ряд может вызвать и вызывает, что подтверждается обращениями физических лиц, оскорбительные сравнения в отношении пола и социальных категорий, что недопустимо с точки зрения как права, так и морали.

Вопросы поведения – это личное дело каждого человека, и рекламодатель не должен навязывать окружающим свое мировоззрение.

Учитывая, что реклама предназначена для широкого круга потребителей, в том числе и несовершеннолетнего возраста, вышеназванная реклама для некоторых категорий граждан в силу религиозных, философских и иных убеждений является оскорбительной.

Согласно статье 29 Конституции Российской Федерации, российское государство гарантирует защиту личных неимущественных прав граждан, в том числе умаление общепризнанных норм морали, нравственности в обществе.

Данная реклама популяризирует заниженные культурные стандарты, что позволяет

квалифицировать ее как социально безответственную и социально вредную.

Таким образом, ООО «Автодом Плюс» допущено нарушение части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.06 №38-ФЗ "О рекламе".

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 ненадлежащей рекламу, распространенную ООО «Автодом Плюс», поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38 – ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Автодом Плюс» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решение изготовлено в полном объеме 28.09.12. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.