

РЕШЕНИЕ

по делу № 04-04-02/06-16

20 июня 2016 года

г. Кызыл

Резолютивная часть решения объявлена 14 июня 2016 года

Решение изготовлено в полном объеме 20 июня 2016 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Тыва (далее - Тывинское УФАС России) по рассмотрению дела № 04-04-02/06-16 по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

Ооржака А.О. – заместитель руководителя управления – начальник отдела контроля закупок и антимонопольного контроля органов власти Тывинского УФАС России,

Члены Комиссии:

Кыргыс А.В. – начальник отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России;

Орус-оол Е.А. – специалист – эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы Тывинского УФАС России;

в отсутствие надлежащим образом извещенного Индивидуального предпринимателя (телеграмма от 13 мая 2016 года),

рассмотрев дело № 04-04-02/06-16, возбужденное в отношении Индивидуального предпринимателя (далее – ИП) (ИНН, ОГРНИП, адрес места жительства:) по признакам нарушения требований части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе),

УСТАНОВИЛА:

По результатам проведенного Тывинским УФАС России мониторинга рекламы, распространяемой в печатных изданиях, на предмет соответствия требованиям Закона о рекламе, выявлено распространение рекламы, размещенной в печатном издании еженедельнике «Плюс Информ» (выпуск № 32(708) от 12.08.2015 года),

следующего содержания:

*«Магазин Свежий ветер*Торговое оборудование*Стеллажи приставные и островные типа «супермаркет»*Манекены*Торговые прилавки*Лицевые витрины*Зеркала*Вешала*Экономпанели*г. Абакан, ул. Фабричная, 34Д,*8(3902)26-76-54, 26-76-53, 26-76-57*Сертифицировано».*

Также вышеуказанная реклама содержит изображения рекламируемых товаров, среди которых над надписью «манекены» содержатся вызывающие изображения женщин и мужчины в непристойном и оскорбительном виде (без одежды, в полный рост, реалистичные, повторяющие анатомию человека, в том числе с половыми органами мужчины и женщины).

По данному факту приказом Тывинского УФАС России от 19.02.2016 года № 58 возбуждено дело № 04-04-02/06-16 в отношении ИП по признакам нарушения части 3 статьи 19 Закона о рекламе.

Определениями от 20.02.2016 года и 16.03.2016 года были запрошены у ИП письменные пояснения, сведения, документы по существу, возбужденного дела № 04-04-02/06-16.

Согласно письменному пояснению Г, представителя по доверенности от 03.08.2015 года ИП, поступившему в адрес Тывинского УФАС России от 06.04.2016 года (вх. № 1378) следует, что в вышеуказанной рекламе рекламировались торговое оборудование, в том числе манекены. Согласно русского токового словаря слово «манекен» - это фигура в форме человеческого корпуса, употребляемое при шитье или отделке одежды, портновский манекен, кукла (в 3 значен.) в рост человека для демонстрации одежды, манекены в витрине магазина. Манекены, которые реализуются предпринимателем, являются элементами торгового оборудования при продаже одежды. Полагает, что размещенные фотографии манекенов не являются оскорбительными, не являются непристойными, ни один из данных образцов не нарушает общепринятые нормы морали и нравственности, изображения, присутствующие в рекламных образцах, не могут у большинства людей вызвать этический шок, и не оскорбляют ни человеческого достоинства, ни моральных устоев. Утверждает, что на изображениях в рекламе манекенах, не воспроизведено деталей человеческого организма, отсутствуют половые признаки. В размещенной рекламе не используется изображение обнаженного человеческого тела. Рекламопроизводителем является индивидуальный предприниматель Г, документы, подтверждающие разработку рекламы, отсутствуют.

Комиссия Тывинского УФАС России, исследовав материалы дела № 04-04-02/06-16, рассмотрев письменное пояснение представителя лица, участвующего в рассмотрении дела, приходит к следующим выводам.

Согласно статьи 3 Закон о рекламе рекламой является 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, п.3 указанной статьи товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

К информации, направленной на формирование и поддержание интереса к определенному лицу и его продвижение на рынке, относится указание следующей информации о лице:

- наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя или название торгового предприятия данного лица (независимо от указания вида деятельности), выполненное с использованием товарных знаков, логотипов или иных индивидуализирующих данное лицо обозначений, цветов,
- контактная информация о лице (почтовый адрес, телефон, адрес сайта, электронной почты и т.п.),
- характеристика, описание лица, его деятельности,
- информация о производимых или реализуемых товарах.

Указанная выше реклама, размещенная в печатном издании еженедельнике «Плюс Информ» (выпуск № 32(708) от 12.08.2015 года) является рекламой, так как адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, т.е. товарам реализуемым магазином «Свежий ветер».

Согласно толкового словаря Ожегова под словом «Манекен» понимается: «МАНЕКЕН, -а, [муж](#). 1. Фигура в форме человеческого корпуса, [употр.](#) при шитье или отделке одежды. *Портновский м.*; 2. [Кукла](#) (в 3 [знач.](#)) в рост человека для демонстрации одежды. *Манекены в витрине магазина*; 3. Кукла (в 3 [знач.](#)) с подвижными конечностями, применяемая художниками для зарисовок. *Двигаться как м.* (механически, машинально).

При осмотре образов, использованных в рассматриваемой рекламе, видно, что в данном случае предполагается в виду манекены в рост человека для демонстрации одежды.

При этом, в рассматриваемой рекламе использован образ обнаженных манекенов. Также рассматриваемая реклама размещена на первой полосе еженедельника «Плюс Информ», для привлечения внимания большего количества людей к объекту рекламирования, формирования или поддержания интереса к нему и его продвижение на рынке

В силу [части 6 статьи 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.

Таким образом, данное положение Закона о рекламе запрещает использовать в рекламе непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

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

В соответствии разъяснениями Федеральной антимонопольной службы России (далее – ФАС России) от 29 апреля 2013 г. N АД/17355/13 «О порядке применения [части 6 статьи 5](#) Федерального закона «О рекламе»» к непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

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.

Так, Тывинским УФАС России в сети интернет на сайте Тывинского УФАС России www.tuva.fas.gov.ru и в социальной сети Вконтакте www.vk.com/tuva_ufas проведены социальные опросы по поводу изображений женщин и мужчины в непристойном и оскорбительном виде, рекламируемых в вышеуказанной рекламе. Данные опросы содержали вопрос: «Как Вы считаете, содержит ли данная реклама непристойный образ?».

На момент возбуждения дела № 04-04-02/06-16 в опросе, размещенном в группе «Тывинское УФАС России» социальной сети Вконтакте и на сайте Тывинского УФАС из 50 проголосовавших 82% опрошенных проголосовали за то, что данная реклама содержит непристойный образ.

На момент рассмотрения дела № 04-04-02/06-16, т.е. 14.06.2016 года в 15 часов 00 минут по результатам опроса выявилось следующее:

- в группе «Тывинское УФАС России» социальной сети Вконтакте из 73 проголосовавших 80,8% (59 голосов) опрошенных проголосовали за то, что данная реклама содержит непристойный образ, 19,2% (14 голосов) проголосовали за то, что данная реклама не содержит непристойный образ,

- на сайте Тывинского УФАС из 227 проголосовавших 49% (161 голос) опрошенных проголосовали за то, что данная реклама содержит непристойный образ, 51% (166 голос) проголосовали за то, что данная реклама не содержит непристойный образ.

В общем в данном опросе, размещенном в сети интернет на сайте Тывинского УФАС России www.tuva.fas.gov.ru и в социальной сети Вконтакте www.vk.com/tuva_ufas, 400 проголосовавших.

Таким образом, при совокупном рассмотрении результатов опроса, лиц, которые считают, что использование образов (обнаженных манекенов) в вышеуказанной

спорной рекламе, содержит непристойный образ, из 400 проголосовавших составило 55% опрошенных.

В связи с чем, доводы ИП о том, что размещенные фотографии манекенов не являются оскорбительными, не являются непристойными, ни один из данных образцов не нарушает общепринятые нормы морали и нравственности, изображения, присутствующие в рекламных образцах, не могут у большинства людей вызвать этический шок, и не оскорбляют ни человеческого достоинства, ни моральных устоев Комиссией Тывинского УФАС России отклоняются, поскольку, на основании проведенных опросов и в силу позиции ФАС России, значимым количеством людей, принявших участие в данном опросе, будет 220 из 400 проголосовавших и воспринявших рекламу как не этичную и содержащую непристойный образ, нарушающими общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Учредителем печатного издания еженедельник «Плюс Информ» является Общество с ограниченной ответственностью далее – ООО).

Из информации ООО, поступившей в адрес Тывинского УФАС России от 21.01.2016 года № 189 следует, что данная реклама размещена индивидуальным предпринимателем (далее – ИП), что подтверждается договором на размещение рекламы в СМИ от 10.01.2015 года и договором на оказание услуг от 01.06.2015 года.

На основании материалов дела № 04-04-02/06-16, Комиссия Тывинского УФАС России приходит к выводу о том, что, в нарушение требований части 6 [статьи 5 Закона о рекламе](#), в рекламе магазина «Свежий ветер», рекламодателем которой является ИП, использованы образы обнаженных манекенов, которых значительное количество людей признало непристойными образами.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 указанного закона несет рекламодатель, в рассматриваемом деле рекламодателем является ИП.

Руководствуясь [частью 2 пункта 1](#) статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 года № 508, Комиссия Тывинского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу следующего содержания: «Магазин Свежий ветер*Торговое оборудование*Стеллажи приставные и островные типа «супермаркет»* Манекены * Торговые прилавки * Лицевые витрины * Зеркала * Вешала * Экономпанели * г. Абакан, ул. Фабричная, 34Д * 8(3902)26-76-54, 26-76-53, 26-76-57 * Сертифицировано» с использованием образов обнаженных манекенов, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 года

№ 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать Индивидуальному предпринимателю предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тывинского УФАС России для рассмотрения вопроса о возбуждении административного производства по статье 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Председатель Комиссии

А.О. Ооржак

Члены Комиссии

А.В. Кыргыс

Е.А. Орус-оол

Согласно статьи 37 Закона о рекламе решение может быть оспорено в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения.