

РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-1273/2023

21 декабря 2023 года

город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – (...)

члены Комиссии: (...)

рассмотрев материалы дела № 055/05/5-1273/2023, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя (...) по факту распространения рекламы, содержащей признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие законного представителя ООО «Маяк Молл», извещенного надлежащим образом, в присутствии ИП (...)

УСТАНОВИЛА:

04.09.2023 и 28.09.2023 Омским УФАС России на входных дверях торгово-развлекательного комплекса «Маяк Молл», расположенных со стороны пр. Комарова и ул. Перелета, были зафиксированы факты размещения информации «Galiev Автоключи А ты сделал ключ? (...) бутик 131», сопровождающейся изображением из плаката «Ты записался добровольцем?».

По определению, данному статьей 3 Федерального закона «О рекламе»:

реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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 - это 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 - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Вышеуказанная информация подпадает под понятие «реклама», распространена в адрес неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - услугам по изготовлению ключей для автомобилей.

При этом указанная реклама содержала признаки нарушения законодательства Российской Федерации.

Установлено, что деятельность в торгово-развлекательном комплексе «Маяк Молл» (г. Омск, пр. Комарова, д. 6, к. 1) осуществляет ООО «Маяк Молл».

На запрос Омского УФАС России ООО «Маяк Молл» представлена информация (вх. № 10133-эп/23 от 01.11.2023) о том, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП (...).

Определением от 23.11.2023 Омским УФАС России в отношении ИП (...) возбуждено дело по признакам нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», заседание Комиссии назначено на 21.12.2023 в 15:00 часов.

В ответ на определение о возбуждении дела ИП (...) представлены копии документов и письменные пояснения (вх. № 11502/23 от 06.12.2023), из которых следует, что использование в рекламе измененного образа красноармейца не является нарушением законодательства Российской Федерации, так как он является просто историческим изображением, нет причин полагать, что использованный образ красноармейца запрещен в информационных и рекламных целях. Образ красноармейца был использован только для привлечения клиентов, поскольку плакат обращен прямо на своего зрителя, образ человека с плаката направлен непосредственно на проходящих мимо людей, чем и привлекает их внимание. Цели задеть или оскорбить чьи-либо чувства при использовании указанного изображения мною, ни в коем случае, не преследовалось.

ООО «Маяк молл» представлены письменные пояснения и копии договора № К12/22 от 12.09.2022 (вх. № 12045/23 от 18.12.2023), согласно которым ИП (...) передано во временное владение места на входных дверях торгово-развлекательного комплекса «Маяк молл» для размещения справочно-информационных материалов, в том числе макет рекламы «Бобермастер Идешь мимо Сделай ключ (...) бутик», при этом макет спорной рекламы ИП (...) не согласовывался.

На заседании Комиссии ИП (...) поддержал позицию, изложенную ранее в письменных пояснениях, при этом подчеркнул, что не знал о запрете использования в рекламе образа красноармейца, намерений оскорбить чьи-то чувства не было, считает, что использованный образ красноармейца не запрещен в информационных и рекламных целях.

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения, Комиссией установлено следующее.

Согласно части 6 статьи 5 Федерального 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.

Рассматриваемая реклама содержит образ красноармейца, использовавшийся в агитационных плакатах в период Гражданской войны 1917-1922 гг., а также во время Великой Отечественной войны 1941-1945 гг.

Кроме того, реклама содержит слоган «А ты сделал ключ?», что в свою очередь является переформулировкой слогана «Ты записался добровольцем?», также использовавшегося в сочетании с образом красноармейца в агитационных плакатах указанных военных действий.

Плакат Дмитрия Моора (Орлова) «Ты записался добровольцем?» был написан в 1920 году и использован в сложные и трудные для государства периоды, основным назначением плаката был призыв молодых людей к вступлению в ряды добровольческих организаций и борьбы против фашизма.

Красные цвета, яркая графика и запоминающийся текст были специально разработаны, чтобы привлечь внимание целевой аудитории и вызвать в ней желание принять участие в добровольческом движении.

В настоящее время известный плакат входит в коллекцию политического плаката Государственного музея истории города Санкт-Петербурга <https://www.spbmuseum.ru/funds/54/>

Более того, экспонаты плаката Д. Моора «Ты записался добровольцем?» хранятся в Государственном историческом Музее (отдел/коллекция Собрание фондов Музея В.И. Ленина/Политический плакат) <https://catalog.shm.ru/cross-search?query=ты%20записался%20добровольцем.>

Комиссия считает, что используемый рекламный образ апеллирует к известному образцу советского плакатного искусства - плакату Дмитрия Моора «Ты записался добровольцем?», созданному в 1920 году для Красной армии и ставшему эталоном агитационного искусства, при этом слоган «А ты сделал ключ?» является переформулировкой слогана «Ты записался добровольцем?».

Рекламодатель вправе выбрать форму, способ и средства рекламирования своего товара, однако при этом он должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые к рекламе, которая не должна противоречить нормам морали и нравственности, принятым в обществе.

Соблюдение такого баланса обеспечивается существующим законодательным запретом на использование в любой рекламе непристойных образов, бранных выражений, сравнений и т.п.

Материалы по факту распространения указанной рекламы стали предметом обсуждения на заседании Экспертного Совета по применению законодательства Российской Федерации о рекламе.

Экспертный Совет по применению законодательства о рекламе при Омском УФАС России создан в целях рассмотрения вопросов, связанных с применением законодательства Российской Федерации о рекламе.

В соответствии с Положением об Экспертном совете по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Омской области Экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Управлении.

Его решения имеют рекомендательный характер и предоставляются в Управление для принятия решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации, реализации государственной политики в области контроля соблюдения рекламного законодательства на территории Омской области и развитию рынка рекламных услуг.

Экспертный совет формируется из представителей органов исполнительной власти, представителей участников рекламного рынка, научных организаций, экспертов и специалистов в отдельных областях знаний.

В соответствии с Положением об Экспертном совете по применению законодательства о рекламе при Омском УФАС России основные задачи Экспертного совета являются: экспертиза и оценка содержания рекламы, представленной на рассмотрение Экспертного совета; оценка воздействия рекламы на потребителей рекламной информации; экспертиза соответствия действительности сведений, сообщаемых в рекламе и др.

Поскольку вопрос оценки изображений, слов и иных образов носит субъективный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности, 25.10.2023 года данная реклама была рассмотрена на заочном заседании Экспертного совета по рекламе при Омском УФАС России, в рамках рассмотрения которого Членам экспертного совета по рекламе (11 человек) были заданы следующие вопросы:

1. Считаете ли Вы, что использование в рекламе изображения, сходного с описанием образа Красноармейца, недопустимо с точки зрения этичности, фактически превращает знаковый символ эпохи Великой Отечественной войны в искаженный образ, использованный в целях привлечения внимания граждан к услуге по изготовлению ключей?

2. Считаете ли вы, что данная реклама может оскорбить чувства людей, которым памяты плакаты советских времен, в основу которых легли исторические события - Гражданская война (1917 г.) и Великая Отечественная война (1941-1945 гг.).

Эксперты сошлись во мнении, что использование в рекламе изображения, сходного с описанием образа красноармейца недопустимо с точки зрения этичности, фактически превращает знаковый символ эпохи Великой Отечественной войны в искаженный образ, использованный в целях привлечения внимания граждан к услуге по изготовлению ключей. Большинство экспертов считает, что реклама может оскорбить чувства людей, которым памяты плакаты советских времен, в основу которых легли исторические события: Гражданская война (1917) и Великая Отечественная война (1941-1945гг.).

Данный протокол № 3 от 25.10.2023 был размещен на общедоступном официальном сайте Омского УФАС России <https://omsk.fas.gov.ru/> по ссылке https://omsk.fas.gov.ru/sites/omsk.f.isfb.ru/files/protocol/2023/10/26_protokol_no_3_zasedaniya_ekspertnogo_soveta_po_reklame_24.10.2023.doc

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 (часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»).

Агитационные плакаты военных лет были направлены на призыв народа к защите Родины, укрепление чувств патриотизма и боевого духа.

Таким образом, использование фрагментов данных агитационных материалов в рекламных целях является неуместным, неэтичным, способным оскорбить память граждан о трагическом прошлом страны.

Следовательно, Комиссия приходит к выводу о нарушении части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы с использованием образа красноармейца с одноименного агитационного плаката.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Исходя из представленных в материалы дела документов между ООО «Маяк Молл» (Арендодатель) и ИП (...) (Арендатор) заключены договоры № КЗ/22 от 13.10.2023, № К12/22 от 12.09.2022 (далее – Договоры).

Согласно пунктам 1.2 Договоров Арендодатель передает Арендатору во временное владение места «КЗ» и «К12» на входных дверях торгово-развлекательного комплекса «Маяк Молл» для размещения справочно-информационных материалов (размещение указателей).

Пунктом 2.3.4 Договоров установлено, что Арендатор обязуется размещать на объектах информацию, на содержание которой не распространяются запреты и ограничения в соответствии с действующим законодательством.

Договоры содержат макет рекламы, согласованный сторонами и принятый к распространению «Бобермастер Идешь мимо Сделай ключ +(…)131 бутик».

Информационный носитель в виде «карман из пластика» является собственностью ООО «Маяк Молл», размещаемые в кармане информационные носители являются собственностью ИП (...) (пункт 4.6 Договоров).

Рекламодатель - это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (пункты 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Исходя из определений, данных в пунктах 5 и 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», ИП (...) является рекламодателем. Ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет

рекламодатель.

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия решила признать рекламу ИП (...) «Galiev Автоключи А ты сделал ключ? +(...) бутик 131», сопровождающуюся изображением красноармейца, ненадлежащей, нарушающей требования части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы, в целях обеспечения реализации права потребителя на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства о рекламе.

ИП (...) в письменных пояснениях указал, что в настоящее время ненадлежащая реклама не распространяется, в качестве доказательства представлены соглашения о расторжении Договоров и передаче мест «К3» и «К12» ООО «Маяк Молл».

Учитывая вышеизложенное, Комиссией принято решение об отсутствии необходимости в выдаче ИП (...) предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь статьями 33, 36 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с пунктами 42-55 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу ИП (...) «Galiev Автоключи А ты сделал ключ? +(...) бутик 131», сопровождающуюся изображением красноармейца с агитационного плаката Дмитрия Моора «Ты записался добровольцем?», распространенную 04.09.2023 и 28.09.2023 на входных дверях торгово-развлекательного комплекса «Маяк Молл» (г. Омск, пр. Комарова, д. 6. к. 1), ненадлежащей, нарушающей требования части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе ИП (...) не выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 26.12.2023.

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