

РЕШЕНИЕ

30 мая 2013 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,

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

Н.В. Соболев – ведущий специалист-эксперт отдела контроля
за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

Л.Р. Салиева – специалист 1 разряда отдела контроля за
рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 37-2013 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «ВэлаДент» (далее – ООО «ВэлаДент») по факту размещения наружной рекламы на рекламных конструкциях с использованием оскорбительных образов, с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии:

законного представителя ООО «ВэлаДент» <...>, действующей на основании доверенности от 24 мая 2013 года (личность удостоверена по паспорту),

законного представителя ООО «ВэлаДент» <...>, действующей на основании доверенности от 24 мая 2013 года (личность удостоверена по паспорту),

УСТАНОВИЛА:

В г. Челябинске, в частности, на ул. Энгельса рядом с домом 44 «А», с использованием рекламных конструкций размещается наружная реклама

стоматологического центра «ВэлаДент», в которой содержатся сведения: «УЛЫБАЙСЯ Даже в самых сложных СИТУАЦИЯХ! ВэлаДент. Центр современной стоматологии. 246-7777. www.veladent.ru». Эти слова вместе с присутствующим в рекламе изображением нестандартной ситуации появления у родителей европейской внешности новорожденного темнокожего ребенка создают впечатление о супружеской неверности, что делает рекламу оскорбительной в отношении семейных ценностей.

Использование в рекламе оскорбительных образов, сравнений и выражений противоречит части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Из объяснений представителя ООО «ВэлаДент» <...> следует, что наружная реклама стоматологического центра «ВэлаДент» размещена с использованием рекламной конструкции по адресу: ул. Энгельса, 44 А на основании договора на оказание рекламных услуг, заключенного с ООО «Студия Квадрат». В подтверждение своих доводов <...> представлен договор на оказание рекламных услуг от 25 декабря 2012 № 291/12.

Представители ООО «ВэлаДент» считают, что реклама не оскорбляет семейные ценности, а призывает оставаться оптимистом и решать проблему с улыбкой на лице даже в такой сложной ситуации как рождение темнокожего ребенка.

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

В рекламе стоматологической клиники показана нестандартная ситуация появления в обычной российской семье новорожденного темнокожего ребенка. Эти образы наряду со словами: «УЛЫБАЙСЯ Даже в самых сложных СИТУАЦИЯХ!» создают впечатление о неверности в супружеских отношениях, что в целом делает рекламу оскорбительной относительно семейных ценностей.

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.

Вместе с тем, к непристойным и оскорбительным образам относятся слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Семейные ценности базируются на общепринятых нормах поведения в семье. Появление в обычной российской семье ребенка с таким же цветом кожи, как у родителей, является общепринятой нормой, а появление у светлокожих родителей темнокожего ребенка указывает на супружескую неверность со стороны матери. Данная ситуация вызывает у отца не эмоцию радости, а напряженность, что проявляется через натянутую, неестественную улыбку.

Супружеская неверность является оскорбительным образом поведения в семье, и

тем самым нарушает семейные устои с точки зрения морали и нравственности. Реклама ставит под сомнения семейные ценности, вызывает ироническое, пренебрежительное отношение к нормам общественной морали. При этом учитывается, что сфера рекламируемых услуг, а именно медицинских услуг, довольно серьезная, и подобная ирония в данной рекламе неуместна.

Также принимается во внимание, что реклама размещается с использованием рекламных конструкций и тем самым попадает в поле зрения большого неопределенного круга лиц. Некоторые жители Челябинска не согласны с данной трактовкой объекта рекламирования, что подтверждается результатами интерактивного голосования, проведенного Челябинским УФАС России, которое показало, что 38% участников голосования из ста участвовавших считают, что данная реклама оскорбляет семейные ценности.

Следовательно, реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности обществом. При этом для признания рекламы непристойной и оскорбительной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно наличие значимого количества людей, а именно 38% участников голосования, воспринимающих рекламу непристойной и оскорбительной.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем наружной рекламы стоматологического центра «ВэлаДент» согласно договору от 25 декабря 2012 года № 291/12 является ООО «ВэлаДент».

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 рекламу стоматологического центра «ВэлаДент», размещенную с использованием рекламных конструкций, в которой присутствуют непристойные и оскорбительные образы в отношении семейных ценностей, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ООО «ВэлаДент» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления

Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «ВэлаДент» и его должностного лица.

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

Решение изготовлено в полном объеме 10 июня 2013 года.

Председатель Комиссии

Л.Н. Галичина

Члены Комиссии

И.П. Баранова

Н.В. Соболев

Л.Р. Салиева