

РЕШЕНИЕ по делу № 047/05/5-549/2023 Резолютивная часть решения оглашена: 02.06.2023 Санкт-Петербург Решение изготовлено в полном объеме: 20.06.2023 Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Ленинградской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе : 2023-5538 <...> заместитель руководителя Ленинградского УФАС России, председатель Комиссии,<...>. начальник отдела контроля товарных рынков и рекламы Ленинградского УФАС России, член Комиссии, <...>. заместитель начальника отдела контроля товарных рынков и рекламы Ленинградского УФАС России, член Комиссии, рассмотрев дело № 047/05/5-549/2023 по признакам нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в присутствии представителя лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе <...>, в отсутствие представителей заявителей (уведомлены надлежащим образом о месте и времени рассмотрения дела), УСТАНОВИЛА: В адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Ленинградской области поступили обращения от физических лиц о признаках нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе). Из поступивших обращений следует, что на территории г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области распространялась реклама недвижимости группы компаний «КВС». Данная реклама распространялась с помощью размещения информации на рекламных баннерах. На рекламных баннерах было представлено изображение молодой девушки в шортах, которая держит в руках французский багет, и следующим текстом: «НА ВСЁ ГОТОВАЯ квартира с отделкой + мебель в подарок\* <...>. По мнению Заявителей, данная реклама является нецензурной, нарушает этические нормы, носит сексуальный подтекст, а также не соответствует нормам, установленным в Законе о рекламе. Заявители считают «... такую рекламу неприемлемой в приличном обществе, к тому же в таком культурном городе как наш...», «... откровенная пошлость...», «... подрывает моральные нормы, унижает российских девушек» и т.д. Определением от 30.03.2023 № АЕ/2088/23 в отношении ООО «КВС» возбуждено дело <...> по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, дело назначено к рассмотрению на 18.04.2023 в 12:00 час. 2023-5538 Определением от 17.05.2023 № АЕ/3691/23 лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе было заменено с ООО «КВС» <...> на ООО «СЗ «КВС-Любоград»<...>, ООО «СЗ «КВС Девелопмент» <...>, ООО «СЗ «КВС-Московский» <...>, ООО «СЗ «КВС-Сертолово» <...> и ООО «СЗ «КВС-Выборгский» <...>. Замена лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, произошло в связи с тем, что комиссией Ленинградского УФАС России получена и проанализирована информация, поступившая от ООО «БилбордПост», ООО «Рус Аутдор», ООО «Авис-Сервис», свидетельствующая о том, что рекламодателями спорной рекламы, то есть надлежащими лицами, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе являются: ООО «СЗ «КВС-Любоград» <...>, ООО «СЗ «КВС Девелопмент» <...>, ООО «СЗ «КВС-Московский» <...>, ООО «СЗ «КВС-Сертолово» <...>, ООО «СЗ «КВС-Выборгский» <...>. В ходе рассмотрения дела № 047/05/5-549/2023 представитель Ответчиков представил свою позицию, в которой указал, что в спорной рекламе не содержится информация, недопустимая в соответствии с частью 6 статьи 5 Закона о рекламе. Представитель Ответчиков считает, что в спорной рекламе не объективизируется и не сексуализируется женский образ, а в свою очередь, выводы Ленинградского УФАС России относительно рассматриваемой рекламы

являются оценочными, в связи с тем, что фраза «на все готовая», по мнению представителей, вырвана из контекста таким образом, что придается субъективный смысл изображению - иной от фактически написанного рекламного предложения. Заслушав позицию представителя лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев материалы дела <...>, Комиссия установила следующее. Согласно статье 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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. По смыслу законодательного определения рекламой считается та информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок. Иными словами, реклама призвана выделить рекламируемый объект из ряда других объектов и привлечь к нему внимание, а также побуждать лиц из числа неопределенного круга, среди которых распространялась реклама, обратиться за приобретением товара. 2023-5538 В соответствии с частью 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. По смыслу законодателя к непристойным образам могут быть отнесены изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности. Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. При этом очевидно, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее). Следует отметить, что 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. Ленинградским УФАС России с целью оценки наличия (отсутствия) непристойных и оскорбительных образов в данной рекламной информации был направлен запрос в адрес Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный совет» (далее – Рекламный совет). Эксперты Рекламного совета в ходе рассмотрения поступивших из Ленинградского УФАС России материалов пришли к выводу о том, что спорная реклама, размещенная на баннерах, представляет собой креолизированный текст, в котором женский образ иллюстрирует текст «готовая на все», создавая полисемантичность, при которой тезис о готовности относится не только к квартире, но и к девушке. При этом, готовность означает согласие и доступность. Таким образом, данная реклама объективизирует и сексуализирует женский образ, что считается неэтичным, поскольку влечет за собой отрицание субъективности женщины. Внимание потребителя спорной рекламы объективно привлекается к обороту «на всё готовая». Этот эффект достигается за счет

выделения шрифтом: он заметно крупнее и жирнее словосочетания «квартира с отделкой». Другим объектом, привлекающим внимание, является женский образ. Внимание к нему привлекается и за счет того, что это человеческий образ, на рефлекторном уровне притягивающий внимание человека, и за счет места на макете. Таким образом, дизайнерское решение рекламного макета создает условия для отождествления в сознании потребителя объекта рекламирования (квартиры) и женщины. Отождествление человека и неодушевленного объекта является 2023-5538 унизительным для человека, рассматриваемое рекламное решение является типичным случаем использования оскорбительного образа. Рекламодатель утверждает, что фактическое предложение рекламы иное, словосочетание «на всё готовая» вырывается потребителем из контекста произвольно. Однако если бы рекламодатель хотел подчеркнуть объект рекламирования, указанный оборот не был бы визуально выделен. Оборот «на всё готовая» в обычном узусе не соотносится с квартирой, но ассоциативно связан с человеческими характеристиками. Подтверждением этого тезиса может служить поисковая выдача Яндекса при запросе данного словосочетания. Более того, именно в таком порядке расположенные слова при прилагательном в женском роде чаще всего используются для указания на готовность к широкому спектру сексуальных действий. Таким образом, в спорной рекламе содержится неуместная сексуализация, также представляющая типичный случай оскорбительного образа. Вышеприведенный вывод подтверждается визуальным рядом. Женщина в рекламе держит в руках французский багет способом, который не предполагает использование багета по прямому назначению: его не режут, не кусают или что-то подобное. Таким образом, очевидно закрепляется ассоциация багета с мужским половым органом. По мнению Рекламного совета, рекламодатель в данном случае, грубо попирает традиционные ценности российского общества. Следовательно, Ленинградское УФАС России приходит к выводу о том, что рассматриваемая реклама не соответствует требованиям, установленным частью 6 статьи 5 Закона о рекламе и, в силу пункта 4 статьи 3 названного закона, является ненадлежащей рекламой. Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 данного закона, несет рекламодатель. В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Рекламодателями данной информации рекламного характера, в соответствии с пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе, то есть лицами, определившими объект рекламирования и содержание рекламы, являются: ООО «СЗ «КВС-Любоград» <...>, ООО «СЗ «КВС Девелопмент» <...>, ООО «СЗ «КВС-Московский» <...>, ООО «СЗ «КВС-Сертолово» <...>, ООО «СЗ «КВС-Выборгский» <...> по нижеследующим основаниям. Ленинградским УФАС России были направлены запросы информации в адрес рекламодателей данной рекламы - ООО «Авис-Сервис» и ООО «Оутдор Медиа Менеджмент». Исходя из сведений, представленных в адрес Ленинградского УФАС России ООО «Оутдор Медиа Менеджмент», спорная реклама размещалась Обществом на 2023-5538 территории города Санкт-Петербурга на основании договора оказания услуг <...>, заключенного с ООО «АВИС-Сервис» (далее также – Заказчик). В соответствии с условиями данного договора ООО «Оутдор Медиа Менеджмент» взяло на себя обязательства оказать Заказчику услуги по размещению рекламной информации в форме плакатов или путем демонстрации электронного файла, представленных Заказчиком. В рамках исполнения вышеуказанного договора Заказчик представлял ООО «Оутдор Медиа Менеджмент» для размещения пять макетов,

отличающихся исключительно содержанием дисклеймера. ООО «Оутдор Медиа Менеджмент» в ответе на запрос информации сообщает, что рекламодателями представленных макетов являются строительные компании, входящие в группу компаний «КВС» (наименование и ОГРН каждого рекламодателя были отражены на макетах их рекламы). В ответ на запрос информации ООО «Авис-Сервис» сообщило, что не имеет прямых договорных отношений со строительной компанией «КВС», а именно: с ООО «СЗ «КВС Девелопмент», ООО «СЗ «КВС-Московский», ООО «СЗ «КВС Любоград», ООО «СЗ «КВС-Сертолово», ООО «СЗ «КВС-Выборгский». В интересах данных организаций ООО «Авис-Сервис» заключен договор № 104/22 от 02.12.2022 на размещение справочно-информационных материалов с ООО «БилбордПост». В свою очередь, между ООО «БилбордПост» и строительными компаниями, входящими в группу компаний «КВС», заключены договоры на размещение справочно-информационных (рекламных) материалов: 1 Договор между ООО «БилбордПост» и ООО «СЗ «КВС Девелопмент» 2 Договор от между ООО «БилбордПост» и ООО «КВС-Выборгский» 3 Договор между ООО «БилбордПост» и ООО «СЗ «КВС-Московский» 4 Договор от между ООО «БилбордПост» и ООО «СЗ «КВС-Сертолово» 5 Договор между ООО «БилбордПост» и ООО «СЗ «КВС-Любоград» Предметом заключенных договоров является оказание услуг по размещению, изготовлению и монтажу справочно-информационных (рекламных материалов) Заказчика на демонстрационной поверхности средств наружной рекламы. Заказчиками по вышеупомянутым договорам являлись ООО «СЗ «КВС Любоград», ООО «СЗ «КВС Девелопмент», ООО «СЗ «КВС-Московский», ООО «СЗ «КВС-Сертолово», ООО «СЗ «КВС-Выборгский», ООО «БилбордПост»- Исполнителем. Таким образом, по совокупности имеющихся у Комиссии Ленинградского УФАС России документов установлено, что рекламодателями спорной рекламной <...> информации, а именно, рекламных баннеров с изображением молодой девушки в шортах, которая держит в руках французский багет, и следующим текстом: «НА ВСЁ ГОТОВАЯ квартира с отделкой + мебель в подарок\* <...> являются ООО «СЗ «КВС-Любоград» <...>, ООО «СЗ «КВС Девелопмент <...>, ООО «СЗ «КВС-Московский» <...>, ООО «СЗ «КВС-Сертолово» <...>, ООО «СЗ «КВС-Выборгский» <...>). Также, Комиссией Ленинградского УФАС России установлено, что вышеупомянутые юридические лица, являясь рекламодателями спорной рекламы, имели возможность разместить рекламу своих строительных объектов без использования непристойных и оскорбительных образов (в данном случае, непристойного женского образа), что исключило бы нарушение требований части 6 статьи 5 Закона «О рекламе», однако не предприняли для этого необходимых мер. Напротив, в материалах дела представлена позиция одного из ответчиков по делу - ООО «СЗ «КВС-Выборгский», озвученная Рекламному совету по данному вопросу, которая заключалась в том, что компания ООО «СЗ «КВС-Выборгский» является хранителем традиционных ценностей РФ, в связи с чем общество считает, что «...красивая женщина на кухне - это то, что так хочется мужчине с традиционными ценностями! Поэтому компания делает рекламу с социальным оттенком и призывает девушек ждать мужей на кухне. А мужчина, зная, что его ждет такая женщина дома, никогда не сойдет с праведного пути. Такие семьи будут надежны и долговечны и, конечно, все это только увеличит деторождаемость в стране. А значит, наша компания выполняет еще одну важную социальную задачу - увеличение деторождаемости в РФ». В заседании Комиссии установлено, что указанная реклама не распространяется на территории города Санкт-Петербурга и Ленинградской области с 8-9 марта 2023 года. Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с

пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922, Комиссия РЕШИЛА: 1 Признать ненадлежащей рекламу недвижимости ООО «СЗ «КВС Любоград», ООО «СЗ «КВС Девелопмент», ООО «СЗ «КВС-Московский», ООО «СЗ «КВС-Сертолово» и ООО «СЗ «КВС-Выборгский», распространенную на территории г. Санкт-Петербурга и Ленинградской области в виде рекламных баннеров с изображением молодой девушки в шортах, которая держит в руках французский багет, и следующим текстом: «НА ВСЁ ГОТОВАЯ квартира с отделкой + мебель в подарок\* <...> поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе. 2023-5538 2 Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с устранением установленного нарушения до принятия настоящего решения. 3 Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Ленинградского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях