

РЕШЕНИЕ

Резолютивная часть решения объявлена 25.05.2012

Полный текст решения изготовлен 05.06.2012

Комиссия Забайкальского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии

члены Комиссии:

в присутствии:

- представителя ООО «Мега ТВ» и ООО «Славел»

рассмотрев дело № 4 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы бытовой техники (пылесоса) ООО «Славел» на канале «ТНТ-Чита», содержащей признаки нарушения [части 6 статьи 5](#) Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе);

УСТАНОВИЛА:

В августе 2011 года на канале «ТНТ-Чита» распространялась реклама бытовой техники (пылесоса) ООО «Славел» с использованием образа девушки, одетой в короткую красную юбку, кофту с открытыми плечами, ажурные колготки. На лице у девушки яркий макияж, ногти покрашены красным лаком.

27 октября 2011 года государственная служба занятости населения Забайкальского края проинформировала о проведении служебной проверки в отношении сотрудницы службы Ш., участвовавшей в рекламе пылесоса ТС «Славел», и просила провести проверку на соответствие данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

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).

Соответственно, ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения её этичности различными категориями населения, вполне обоснованна. При этом, 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.

В связи с этим 26 декабря 2011 года состоялось заседание Экспертного совета по применению законодательства Российской Федерации о рекламе при Забайкальском УФАС России. Экспертный совет установил признаки нарушения ООО «Славел» законодательства Российской Федерации о рекламе (протокол № 1 от 26.12.2011 года).

В соответствии с пунктом 1 статьи Закона о рекламе реклама - это информация, распространяемая 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.

Пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе определяет объект рекламирования как 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.

Объектом рекламирования в данном случае является – бытовая техника (пылесос) ООО «Славел».

В данной рекламе имеются признаки нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

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.

В соответствии с толковым словарем русского языка С.И. Ожегова непристойный - неприличный, бесстыдный; неприличный – не соответствующий, противоречащий правилам приличия; бесстыдный – лишенный чувства стыда, противоречащий общественной морали, непристойный. Неприличная форма – нарушение правил поведения, принятых обществом в целом или отдельной социальной группой в данной ситуации. Приличие же представляет собой правило поведения, пристойность, а приличный – значит соответствующий приличиям, пристойный, подобающий, уместный. Понятие неприличности является родственным и сходным по значению непристойному. Непристойный образ (внешний вид, облик) – это образ, способный вызвать у потребителя рекламы ощущение своей неуместности и недопустимости, то есть несоответствия данной обстановке, ситуации.

В данной рекламе использован образ девушки (одетой в короткую красную юбку, кофту с открытыми плечами, ажурные колготки, с ярким макияжем), который в совокупности с иными элементами зрительного восприятия рекламы (вызов девушки на дом, поведение девушки, время изображения девушки относительно времени изображения рекламируемого товара, степень ее обнаженности, внешний вид девушки после оказания услуги) привлекает внимание потребителей не к объекту рекламирования (пылесосу), а собственно к изображению девушки.

Существующие общепринятые нормы общественного поведения и общения должны лежать в основе любых рекламных сообщений.

Использованный в рекламе образ девушки оскорбляет достоинство и предназначение женщины, так как в соответствии с общепринятыми нормами морали российского общества появление в таком непристойном виде является неприличным и оскорбительным для общества. Вопросы поведения – это личное дело каждого человека и рекламодатель не должен навязывать окружающим свое мировоззрение.

Учитывая, что реклама распространялась на телеканале «ТНТ-Чита», следовательно реклама доступна для всех без исключения категорий граждан, в том числе и несовершеннолетнего возраста. Вышеназванная реклама для некоторых категорий граждан в силу религиозных, философских и иных убеждений может являться оскорбительной.

При демонстрации данной рекламы у потребителя ограничено право выбора и восприятия, если он смотрит определенную программу и не готов переключиться на другой канал.

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

Кроме того, данное рекламное изображение содержит минимальные сведения о характеристиках, качестве либо иных потребительских свойствах рекламируемого товара.

Внимание потребителей рекламы к товару формируется не описанием его свойств и качества, а образом девушки без какой-либо привязки данного образа к объекту рекламирования.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Рекламодателем в силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем является ООО «Славел» (местоположение: Забайкальский край, г. Чита, ул. Шилова, 100, ОГРН: 1047550031803, ИНН: 7536057185).

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закон о рекламе рекламодатель несёт ответственность за нарушение требований, установленных [частью 6 статьи 5](#)

Закона о рекламе.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель – это лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Рекламодателем является ООО «Мега ТВ» (местоположение: Забайкальский край, г.Чита, ул. Ленинградская, 78, ОГРН: 2097536147828; ИНН: 7536048857).

Определением Забайкальского УФАС России от 06 апреля 2012 года возбуждено дело № 4 в отношении ООО «Славел» по признакам нарушения [части 6 статьи 5](#) Закона о рекламе.

05 мая 2012 года представитель ООО «Славел» на рассмотрение дела № 4 не явился. В деле имеются доказательства надлежащего уведомления ООО «Славел» о дате и месте рассмотрения дела.

Представитель ООО «Славел» заявил ходатайство об отложении рассмотрения дела № 4 в связи с отсутствием рекламодателя.

25 мая 2012 года на заседании Комиссии представитель ООО «Мега ТВ» сообщил, что для признания рекламы неэтичной необходимо, чтобы фраза или образ, использованный в рекламе, был оскорбителен объективно, а не с точки зрения отдельных субъектов, имеющих сугубо свои взгляды на определенные вещи и выражения, вкладывающие в них своеобразный смысл.

Представитель ООО «Славел» считает, что решение Экспертного совета по применению законодательства Российской Федерации о рекламе при Забайкальском УФАС России не является объективным.

Комиссией установлено, что на момент рассмотрения дела, нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе прекращено, реклама с ненадлежащей рекламной не распространяется в связи с истечением срока размещения рекламы по договору об оказании услуг № 28/07-2011 от 28.07.2011 года (до 31.12.2011 года).

25 мая 2012 года представитель ООО «Мега ТВ» и ООО «Славел» обратился с заявлением не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе в связи с истечением срока действия вышеуказанного договора.

Письменные пояснения по признакам нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе ООО «Славел» и ООО «Мега-ТВ» представлены не были.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе; пунктами 37, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденных Постановлением правительства РФ от 17.08.2006 № 508; пунктом 3.56 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденного приказом ФАС от 28.12.2007 № 453, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу бытовой техники (пылесоса) ООО «Славел», размещаемую в августе 2011 года на канале «ТНТ-Чита» с использованием вызывающего образа и поведения девушки, одетой в короткую красную юбку, кофту с открытыми плечами, ажурные колготки, поскольку она нарушает требования [части 6 статьи 5](#) Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе ООО «Славел» не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Забайкальского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии: