

РЕШЕНИЕ

по делу 021/05/5-1116/2020

24 ноября 2020 г. г. Чебоксары

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:
председатель Комиссии:

«...»

члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 021/05/5-1116/2020 по признакам нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) в отношении ООО «Сияние» (ИНН/ОГРН 2130206849/1182130013230), в отсутствие Заявителя, надлежащим образом извещенного о дате и времени рассмотрения дела,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе – директора ООО «Сияние» - «...»

УСТАНОВИЛА:

10.09.2020 в Чувашское УФАС России из прокуратуры Ленинского района г. Чебоксары для рассмотрения по подведомственности в рамках возложенных полномочий осуществления контроля соблюдения требований Закона о рекламе поступило обращение гражданки Надежды (далее – Заявитель) с заявлением о ненадлежащей рекламе. Из обстоятельств, изложенных в жалобе, установлено следующее.

Заявитель указывает на размещение наружной рекламы с признаками нарушения требований этики и безнравственного отношения к наследию прошлого и заслугам советского народа и Советского Союза, включающих героизм и подвиги советского народа, как военные, так и трудовые.

Указанная реклама размещалась с использованием плакатов в месте нахождения магазина «41градус» по адресу г. Чебоксары, ул. Дементьева, д.2, реализующего алкогольную продукцию.

Согласно представленному фотоматериалу, а также материалам проведенного Чувашским УФАС России контрольного мероприятия (акт фиксации наблюдения от 01.10.2020), установлено, что в месте нахождения магазина «41градус» по адресу г. Чебоксары, ул. Дементьева, д.2, деятельность по реализации алкогольной продукции осуществляет ООО «Сияние» (ИНН 2130206849). При этом материалами дела было установлено, что при входе в помещение и в витрине магазина размещались копии плакатов, на двух из которых, содержалось изображение мужчины в костюме и галстук, отказывающегося от рюмки водки со словами: «НЕТ! Мне стакан!», «Сегодня с нами ты не пьешь. А завтра Родине изменишь».

На третьем плакате изображение мужчины на больничной койке, с ампутацией рук, в бинтах, с содержанием текста: «Этот человек не умел разливать водку поровну».

Таким образом, Чувашским УФАС России, в порядке части 2 статьи 36 Закона о рекламе возбуждено дело по признакам нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе в отношении ООО «Сияние».

На заседании Комиссии ООО «Сияние» пояснило, что размещение

рассматриваемой рекламы в виде плакатов осуществлялось в единственном месте на указанном объекте с лета 2020 года.

Учитывая, что содержание и изображение рекламы явилось предметом разбирательства антимонопольного органа, ее распространение прекращено путем демонтажа и передачи плакатов в количестве трех штук в Комиссию в материалы дела.

Вместе с тем, в материалы дела представлен материал, содержащий фото магазина без содержания вышеуказанной рекламы.

При этом, представитель ООО «Сияние» в заседание Комиссии принес извинения, в том числе, Заявителю, указав, что не имел умышленного намерения оскорбить чувства памяти исторических событий нашей страны.

Оценив и проанализировав, имеющиеся в деле материалы, в том числе заключение членов Экспертного Совета по рекламе, образованном при Чувашском УФАС России, Комиссия пришла к следующему.

Отношения в сфере рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы законодательно определены требованиями Закона о рекламе.

С точки зрения 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 (пункт 1 статья 3 Закона о рекламе).

Рассматриваемая информация соответствует определению понятия рекламы, установленному пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Общие требования к рекламе установлены в статье 5 Закона о рекламе. При этом, в силу требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе установлено, что 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. Из разъяснения ФАС России (письмо от 29.04. 2013 N АД/17355/13 "О

порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ "О рекламе") следует, что положение **части 6 статьи 5** Федерального **закона** "О рекламе" запрещает использовать в рекламе бранные слова, 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.

К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. 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.

Учитывая изложенное, вопрос восприятия рассматриваемой рекламы и наличия признаков нарушения законодательства о рекламе было вынесено на обсуждение Экспертно-консультативного Совета, образованном при Чувашском УФАС России.

Согласно протоколу от 16.11.2020 N 3, члены Экспертно-консультативного Совета единогласно признали размещенную обществом рекламу ненадлежащей.

Комиссия установила, что члены Экспертно-консультативного Совета (потребители спорной рекламы) дали оценку спорной рекламы с учетом восприятия информации, которое характерно для ее потребителей.

В этой связи члены Экспертно-консультативного Совета и Комиссия пришли к выводу, что ООО «Сияние» при распространении рекламы допущены неоправданные сравнения в использовании зрительных образов, применении словосочетаний (выражений).

В советское время плакаты были одним из самых распространенных средств массовой агитации. При помощи плакатов талантливые художники выражали волю народа, призывали к определенным действиям, указывали на хорошие и плохие стороны жизни, воспитывали

в людях чувство собственного достоинства, ощущение патриотизма и любовь к своей стране, своему народу. Плакаты времен СССР касались разных сторон жизни и затрагивали практически всё, что происходило в обществе. За все время было создано большое количество агитационных плакатов, которые осуждали пьянство, рассказывали о пользе труда и спорта, отражали все аспекты жизни страны.

Согласно сведениям из общедоступных источников плакат «Нет» создан на тему борьбы с пьянством (время создания 1954 год), автором которого является художник Говорков В.И. Данный известный образ плаката, использовавшийся для проведения антиалкогольной кампании из-за увеличения количества преступлений в стране, возникающих на почве алкогольного опьянения, негативного влияния алкоголизма на продуктивность труда и общие экономические показатели.

В данной рекламе образ призывает к употреблению алкоголя, что оскорбительно с точки зрения исторических событий, в том числе, отрицательного отношения к алкоголю значительной части ее населения.

В советских плакатах времен Великой Отечественной войны 1941-1945 годов в наглядных образах показан весь ужас войны.

Сравнение мужчины на больничной койке, с ампутацией рук, в бинтах, в совокупности с предметом рекламирования алкоголя, не связано с историей нашей страны, в связи с чем, является оскорбительным по отношению к чувствам людей, к памяти их подвигов. Исходя из содержания и направленности рассматриваемой рекламы, не следует, что ее объектом является реклама реализуемой обществом продукции, поскольку реклама не содержит никаких сведений о характеристиках, качестве, либо иных потребительских свойствах алкогольной продукции. Напротив, внимание потребителей рекламы к продукции, реализуемой магазином, в коммерческих целях, направлено не на описание ее свойств и качества, а на пародирование патриотических образов советского народа, исторических событий и памятных дат, ассоциирующихся у большей части общества с духовными ценностями.

При этом, реклама расположена на всеобщем обозрении в общественном месте, доступна для всех без исключения категорий населения, в том числе ветеранов и участников войны, а также несовершеннолетних потребителей рекламы, чьи жизненные ценности еще не сформированы.

Учитывая изложенное, наличие признаков нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе в рассматриваемой рекламе явилось для Комиссии очевидным.

Исходя из положений пункта 16 Постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона "О рекламе" по делам о привлечении лиц к ответственности за использование ими в рекламе бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных (то есть крайне предосудительных и недопустимых ввиду неприличия) и (или) оскорбительных (то есть способных причинить обиду) специальных знаний, как правило, не требуется.

В этой связи мнениями членов Экспертного Совета подтвержден довод, указанный в обращении Заявителя.

При таких обстоятельствах, оценив данную рекламу, Комиссия признает ее ненадлежащей, а ее рекламодателя нарушим часть 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе).

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (статья 3 Закона о рекламе).

Установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Сияние» (ИНН 2130206849).

На этом основании, ответственность за выявленное нарушение требований, определенных частью 6 статьи 5 Закона о рекламе, несет ООО «Сияние».

В силу пункта 1 части 2 статьи 33 Закона о рекламе антимонопольный орган, осуществляя в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением Закона о рекламе, в том числе, вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания прекращении нарушения Закона о рекламе.

Учитывая, что на момент вынесения решения рассматриваемая реклама не размещается, Комиссия пришла к выводу об отсутствии необходимости выдачи ООО «Сияние» предписания о прекращении нарушения Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона 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 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, распространяемую в период август – ноябрь 2020 года на плакатах, размещенных в месте нахождения магазина «41градус» по адресу г. Чебоксары, ул. Дементьева, д.2, в том числе, с содержанием «НЕТ! Мне стакан!», «Сегодня с нами ты не пьешь. А завтра Родине изменишь», «Этот человек не умел разливать водку поровну», ненадлежащей, нарушающей часть 6 статьи 5 Закона о рекламе.
2. Признать ООО «Сияние» (ИНН/ОГРН 2130206849/1182130013230) нарушившим часть 6 статьи 5 Закона о рекламе.
3. Предписание о прекращении нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе не выдавать.
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Сияние» (ИНН/ОГРН 2130206849/1182130013230).

Председатель Комиссии «...»

Члены Комиссии «...»

Решение может быть обжаловано в судебном порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Феде

