

Индивидуальному

предпринимателю

<...>

## РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ 22-Р-16

Резолютивная часть решения оглашена 11.10.2016

г. Абакан

В полном объеме решение изготовлено 19.10.2016

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее – Хакасское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: .... – заместитель руководителя – начальник отдела антимонопольного законодательства и рекламы;  
... – главный специалист-эксперт отдела антимонопольного законодательства и рекламы управления;

Члены Комиссии:

... – ведущий специалист-эксперт отдела товарных, финансовых рынков и естественных монополий;

... – специалист-эксперт отдела антимонопольного законодательства и рекламы управления;

рассмотрев дело № 22-Р-16, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя <...> (далее – ИП <...>) по признакам нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) по факту распространения рекламы в виде баннеров, размещенных на фасадах и внутри сети магазинов «<...>» по адресам: <...>, следующего содержания: «Изображен образ девушки с рекламного плаката для Ленинградского отделения Госиздата, выполненного художником А.Родченко, сопровождающийся следующим текстом: Разливного любитель! К нам заходи, это не разовая акция! Во всех магазинах сети – бесплатная дегустация. Региональная сеть специализированных магазинов <...>»; <...>, следующего содержания: «Изображен образ с советского плаката человек человеку друг, товарищ и брат, выполненного художником Б.Соловьевым, сопровождающийся следующим текстом: Товарищ! К нам заходи – это не разовая акция! Во всех магазинах сети бесплатная дегустация», «Изображен образ девушки с рекламного плаката для Ленинградского отделения Госиздата, выполненного художником А.Родченко,

сопровождающийся следующим текстом: Разливного любитель! К нам заходи, это не разовая акция! Во всех магазинах сети – бесплатная дегустация. Региональная сеть специализированных магазинов <...>»; <...>, следующего содержания: «Изображен образ девушки с рекламного плаката для Ленинградского отделения Госиздата, выполненного художником А.Родченко, сопровождающийся следующим текстом: <...>. Региональная сеть специализированных магазинов. Разливного любитель! Единство крепи, вступай в <...> и дисконт получи!» (далее – реклама).

В присутствии защитника ИП <...> (далее - <...>) адвоката <...> (далее – адвокат <...>).

### **УСТАНОВИЛА:**

В ходе проведения Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия мониторинга рекламы на предмет соблюдения требований Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), выявлено распространение рекламы в виде баннеров, размещенных на фасадах и внутри сети магазинов «<...>», расположенных в г. Абакане следующего содержания:

Баннер, размещенный на фасаде, а также внутри магазина «<...>», расположенного по адресу <...> следующего содержания: «Изображен образ девушки с рекламного плаката для Ленинградского отделения Госиздата, выполненного художником А.Родченко, сопровождающийся следующим текстом: Разливного любитель! К нам заходи, это не разовая акция! Во всех магазинах сети – бесплатная дегустация. Региональная сеть специализированных магазинов <...>», «Изображен образ известного актера советского времени Андрея Александровича Миронова из кадра художественного фильма «12 стульев» в контексте: Товарищ! При выборе пива бдительность прояви! Сначала – попробуй, затем купи!!!»;

Баннеры, размещенные на фасаде, а также внутри магазина «<...>», расположенного по адресу <...> следующего содержания: «Изображен образ с советского плаката человек человеку друг, товарищ и брат, выполненного художником Б.Соловьевым, сопровождающийся следующим текстом: Товарищ! К нам заходи – это не разовая акция! Во всех магазинах сети бесплатная дегустация», «Изображен образ девушки с рекламного плаката для Ленинградского отделения Госиздата, выполненного художником А.Родченко, сопровождающийся следующим текстом: Разливного любитель! К нам заходи, это не разовая акция! Во всех магазинах сети – бесплатная дегустация. Региональная сеть специализированных магазинов <...>», «Изображен образ известного актера советского времени Андрея Александровича Миронова из кадра художественного фильма «12 стульев» в контексте: Товарищ! При выборе пива бдительность прояви! Сначала – попробуй, затем купи!!!».

Баннер, размещенный на фасаде магазина «<...>», расположенного по адресу <...> следующего содержания: «Изображен образ девушки с рекламного плаката для

Ленинградского отделения Госиздата, выполненного художником А.Родченко, сопровождающийся следующим текстом: <...>. Региональная сеть специализированных магазинов. Разливного любитель! Единство крепки, вступай в <...> и дисконтъ получи!» (образ девушки с советского плаката) (далее – реклама).

По вышеуказанной рекламе направлен запрос ООО «<...>» (от 20.04.2016 года исх. № 04-2297/КМ) с просьбой предоставить документы и информацию по размещению рекламы.

На данный запрос был получен ответ (от 05.05.2016 года вх. № 2323), в котором изложено, что ООО «<...>» не имеет возможности предоставить документы по размещению, в связи с их отсутствием. ООО «<...>» предоставило копии договоров субаренды, в которых ИП <...> является субарендатором вышеуказанных торговых точек. Также ООО «<...>» изложило в своем письме, что ИП <...> использует рекламные площади по вышеуказанным адресам торговых точек.

05.05.2016 г. в Хакасском УФАС России прошло очередное заседание экспертного совета, на обозрение которого была представлена рассматриваемая реклама. Единогласным мнением было принято решение, что данная реклама является неэтичной.

17.06.2016 года Хакасское УФАС России направило запрос ИП <...> о предоставлении информации по поводу размещения вышеуказанной рекламы.

27.07.2016 года ИП <...> представил в адрес антимонопольного органа следующие документы и сведения.

- Договор оказания услуг № 26 от 05.09.2015 года (на изготовление рекламы), где исполнитель – Индивидуальный предприниматель <...> (далее – ИП <...>), заказчик – ООО «<...>», <...>, ОГРНИП <...>, ИНН <...>, подпись ИП <...>;

- приложение № 6 к договору № 26 от 05.09.2015 года;

- приложение № 2 к договору № 26 от 05.09.2015 года;

- приложение № 1 к договору № 26 от 05.09.2015 года;

- акт № 83 от 09.09.2015 года;

- акт № 97 от 18.09.2015 года;

- акт № 44 от 16.03.2016 года;

- утвержденный макет рекламы, размещенной по адресу: <...>, магазин «<...>»;

- утвержденный макет рекламы, размещенной по адресу: <...>, магазин «<...>»;

- утвержденный макет рекламы (образ Андрея Миронова), размещенной внутри сети магазинов «<...>», расположенных по адресам: <...>, <...>;

- расходный кассовый ордер № А 0000092 от 09.09.2015 года;

- расходный кассовый ордер № А 0000031 от 16.03.2016 года;

- расходный кассовый ордер № А 0000098 от 18.09.2015 года.

Из представленных, по запросу Хакасского УФАС России, пояснений ИП <...> (вх. № 4343 от 11.08.2016 г.) следует, что в договоре оказания услуг № 26 от 05.09.2015 г., заключенного между ИП <...> и ИП <...> была допущена техническая ошибка в реквизитах заказчика, а именно, неверно указан реквизит «адрес» и «фирменное название контрагента», далее реквизиты верные. В обоснование пояснений ИП <...> направила приложением следующие копии документов:

- задание на выполнение работ от 25.09.2015 г.;
- задание на выполнение работ от 23.10.2015 г.;
- задание на выполнение работ от 15.03.2016 г.;
- акт выполненных работ № 112 от 01.10.2015 г.;
- акт выполненных работ № 134 от 02.11.2015 г.;
- акт выполненных работ № 8 от 15.01.2016 г.;
- акт выполненных работ № 55 от 18.03.2016 г.;
- акт выполненных работ № 63 от 04.04.2016 г.;
- акт выполненных работ № 72 от 22.04.2016 г.

Согласно части 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.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 6 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>

Определением от 11.08.2016 г. возбуждено дело 22-Р-16 по признакам нарушения Закона о рекламе в отношении ИП <...>, рассмотрение дела назначено на 22.09.2016 г.

22.09.2016 г. в назначенное время представитель ИП <...> не явился на рассмотрение настоящего дела, до начала рассмотрения дела от защитника ИП <...> адвоката <...> поступило ходатайство об отложении рассмотрения дела на иную дату.

Комиссия Хакасского УФАС России рассмотрев материалы дела, пришла к выводу о необходимости отложения рассмотрения дела № 22-Р-16 на 11.10.2016 г., в связи с необходимостью получения антимонопольным органом дополнительных доказательств.

На заседании комиссии 11.10.2016 защитник ИП <...> адвокат <...> пояснил, что Закон о рекламе нарушен не был, поскольку в рекламе сети магазинов «<...>» советские плакаты не использовались. Полагает, что они стилизованы под плакаты советского времени. В данном случае это была фантазия рекламного агентства. Подтверждающих документов о пролонгации заключенных договоров субаренды не имеется, поскольку договорами субаренды нежилого помещения предусмотрено, что договор пролонгируется на тот же срок и на тех же условиях, в случае если за один месяц до окончания действия настоящего договора какая-либо из сторон не заявила о своем отказе от заключения. В настоящее время договор от 12.10.2015 г. субаренды нежилого помещения, расположенного по адресу: <...>, расторгнут, то есть не пролонгирован. Договор от 01.10.2015 г. субаренды нежилого помещения, расположенного по адресу: <...>, пролонгирован. Договор от 01.03.2016 г. субаренды нежилого помещения, расположенного по адресу: <...> в настоящее время является действующим.

Изучив материалы дела, оценив пояснения защитника ИП <...> адвоката <...>, комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 [статьи 3](#) Закона о рекламе рекламой является 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.

Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе).

Реклама призвана быть убеждающей по своему характеру с тем, чтобы привлечь внимание новых потребителей к товару (объекту рекламирования), сформировать положительное представление о нем и необходимое рекламодателю для продвижения товара позитивное отношение к нему. Признаком рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту рекламирования для продвижения его на рынке, поддержать интерес к нему и закрепить его образ в памяти потребителя.

[Статьей 5](#) Закона о рекламе установлены общие требования к рекламе.

В [пункте 11 статьи 5](#) Закона о рекламе установлено, что при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации.

Ненадлежащей признается реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации ([пункт 4 статьи 3](#) Закона о рекламе).

Согласно части 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 Письме ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 Закона о рекламе» указано, что 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.

Согласно Толковому словарю русского языка под ред. Д.Н. Ушакова, "оскорбительный" означает способный оскорбить, содержащий в себе оскорбление. Оскорбить - задеть чью-нибудь честь, нанести обиду, оскорбление или унижение. Честь понимается как моральное или социальное достоинство, то, что вызывает, поддерживает уважение (к самому себе или со стороны окружающих), основанное на чувстве гордости и следовании принципам.

ИП <...> используя в рекламе своей сети магазинов советского рекламного плаката, направленного на программу преодоления неграмотности в отсталой постцарской стране – СССР (Ленгиз – Ленинградское государственное издательство), а также плаката из программы в которой формируется один из принципов «Морального кодекса строителей коммунизма» («Человек человеку – друг, товарищ и брат»), вошедшем в текст третьей Программы Коммунистической партии Советского Союза, принятой XXII съездом в 1961 г., в котором говорилось о гуманных отношениях и взаимном уважении между людьми, воздействует на сознание потребителя таким образом, что вызываемые при восприятии ее зрительной составляющей чувства и эмоции граждан, связанные с их отношением Советскому времени, ставятся в один ряд с информацией, направленной на стимулирование покупательской активности потребителей: о призыве вступить в так называемый «<...>» региональной сети пивных магазинов «<...>».

Плакат советского времени «Гуманные отношения и взаимное уважение между людьми...» («Человек человеку – друг, товарищ и брат») создан советским художником Б. Соловьевым в 1962 году. Плакат «Ленгиз: книги по всем отраслям знания» создан художником А. Родченко. Данные плакаты размещены в электронном музее отечественного плаката ([www.plakaty.ru](http://www.plakaty.ru)), что позволяет отнести плакаты советского времени «Гуманные отношения и взаимное уважение между людьми...» и постцарского времени «Ленгиз: книги по всем отраслям знания» к памятнику культуры и истории, а также к предмету, который связан с историческими событиями советского народа.

Комиссия отвергает доводы адвоката <...>, о том, что в рекламе не были использованы советские плаката, как несостоятельные, исходя из следующего.

Изображение девушки на рекламном баннере идентично с исходным изображением, содержащемся в знаменитом плакате «Ленгиз: книги по всем отраслям знания» художника А. Родченко (изображена кричащая девушка в

косынке).

Изображение двух мужчин и женщины на рекламном баннере идентично с исходным изображением, содержащемся в знаменитом советском плакате «Гуманные отношения и взаимное уважение между людьми...» художника Б. Соловьева («Человек человеку – друг, товарищ и брат») (изображены: мужчина, вытянувший перед собой обе руки; женщина в косынке, находящаяся позади мужчины, вытянувшего перед собой руки и положившая свою правую руку перед собой на правое плечо мужчины; мужчина, находящийся позади женщины в косынке, поднявший левую руку перед собой).

Кроме того, Комиссия учитывает мнение экспертного совета по рекламе, который единогласно указал о неэтичности рекламы сети магазинов «<...>».

Основными задачами 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, разработка рекомендаций по совершенствованию государственного контроля соблюдения законодательства о рекламе.

Указанные рекламы являются ненадлежащими, поскольку рекламирование услуг коммерческой организации с использованием в ней известных исторических образов может принижать значимость исторических событий и памятных лет, а также являться оскорбительными для граждан, воспитанных в Советском Союзе.

В ходе проведения мониторинга наружной рекламы 10.10.2016 г. было установлено, что магазин «<...>» по адресу: <...>, свою деятельность не осуществляет, соответствующая реклама не распространяется, поэтому в этой части Комиссия считает нецелесообразным выдачу предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Однако, поскольку в материалах дела отсутствуют доказательства того, что в настоящее время ненадлежащая реклама не размещается по адресам магазинов «<...>»: <...>, <...>, то у комиссии в данной части имеются основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 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, Комиссия

## **РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу следующего содержания:

1.1 «Изображен образ девушки с рекламного плаката для Ленинградского

отделения Госиздата, выполненного художником А.Родченко, сопровождающийся следующим текстом: Разливного любитель! К нам заходи, это не разовая акция! Во всех магазинах сети – бесплатная дегустация. Региональная сеть специализированных магазинов <...>», распространенную ИП <...> по адресу: <...>, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе;

1.2 «Изображен образ с советского плаката человек человеку друг, товарищ и брат, выполненного художником Б.Соловьевым, сопровождающийся следующим текстом: Товарищ! К нам заходи – это не разовая акция! Во всех магазинах сети бесплатная дегустация», распространенную ИП <...> по адресу: <...>, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе;

1.3 «Изображен образ девушки с рекламного плаката для Ленинградского отделения Госиздата, выполненного художником А.Родченко, сопровождающийся следующим текстом: Разливного любитель! К нам заходи, это не разовая акция! Во всех магазинах сети – бесплатная дегустация. Региональная сеть специализированных магазинов <...>», распространенную ИП <...> по адресу: <...>, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе;

1.4 «Изображен образ девушки с рекламного плаката для Ленинградского отделения Госиздата. 1924 г., выполненного художником А.Родченко, сопровождающийся следующим текстом: <...>. Региональная сеть специализированных магазинов. Разливного любитель! Единство крепки, вступай в <...> и дисконт получи!», распространенную ИП <...> по адресу: <...>, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хакасского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

...

Председатель Комиссии:

...

Члены Комиссии:

...

...

Индивидуальному

предпринимателю

<...>

## **ПРЕДПИСАНИЕ ПО ДЕЛУ № 22-Р-16**

**о прекращении нарушения законодательства**

**Российской Федерации о рекламе**

19 октября 2016 года

г. Абакан

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее – Хакасское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии: ... – заместитель руководителя – начальник отдела антимонопольного законодательства и рекламы;  
... – главный специалист-эксперт отдела антимонопольного законодательства и рекламы

Члены Комиссии:

управления;

... – ведущий специалист-эксперт отдела товарных, финансовых рынков и естественных монополий;

... – специалист-эксперт отдела антимонопольного законодательства и рекламы управления;

на основании своего решения от 19.10.2016 года по делу № 22-Р-16 о признании ненадлежащей рекламы в виде баннеров, размещенных на фасадах и внутри сети магазинов «<...>» по адресам: <...>, следующего содержания: «Изображен образ девушки с рекламного плаката для Ленинградского отделения Госиздата, выполненного художником А.Родченко, сопровождающийся следующим текстом: Разливного любитель! К нам заходи, это не разовая акция! Во всех магазинах сети – бесплатная дегустация. Региональная сеть специализированных магазинов <...>»; <...>, следующего содержания: «Изображен образ с советского плаката человек человеку друг, товарищ и брат, выполненного художником Б.Соловьевым, сопровождающийся следующим текстом: Товарищ! К нам заходи – это не разовая акция! Во всех магазинах сети бесплатная дегустация», «Изображен образ девушки с рекламного плаката для Ленинградского отделения Госиздата, выполненного художником А.Родченко, сопровождающийся следующим текстом: Разливного любитель! К нам заходи, это не разовая акция! Во всех магазинах сети – бесплатная дегустация. Региональная сеть специализированных магазинов <...>»; <...>, следующего содержания: «Изображен образ девушки с рекламного плаката для Ленинградского отделения Госиздата, выполненного художником А.Родченко, сопровождающийся следующим текстом: <...>. Региональная сеть специализированных магазинов. Разливного любитель! Единство крепки, вступай в <...> и дисконт получи!».

В соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе), пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

### **ПРЕДПИСЫВАЕТ:**

1. Индивидуальному предпринимателю <...> (далее – ИП <...>) в срок **до 15 ноября 2016 года** устранить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно:

1.1 прекратить размещение ненадлежащей рекламы, не соответствующей части 6 статьи 5 Закона о рекламе, следующего содержания: «Изображен образ с советского плаката человек человеку друг, товарищ и брат, выполненного художником Б.Соловьевым, сопровождающийся следующим текстом: Товарищ! К нам заходи – это не разовая акция! Во всех магазинах сети бесплатная

дегустация», «Изображен образ девушки с рекламного плаката для Ленинградского отделения Госиздата, выполненного художником А.Родченко, сопровождающийся следующим текстом: Разливного любитель! К нам заходи, это не разовая акция! Во всех магазинах сети – бесплатная дегустация. Региональная сеть специализированных магазинов <...>», распространенную ИП <...> по адресу: <...>;

1.2 прекратить размещение ненадлежащей рекламы, не соответствующей части 6 статьи 5 Закона о рекламе, следующего содержания: «Изображен образ девушки с рекламного плаката для Ленинградского отделения Госиздата, выполненного художником А.Родченко, сопровождающийся следующим текстом: <...>. Региональная сеть специализированных магазинов. Разливного любитель! Единство крепки, вступай в профсоюз и дисконт получи!», распространенную ИП <...> по адресу: <...>.

2. ИП <...> в течение трех дней с момента исполнения пункта 1 настоящего предписания представить в адрес Хакасского УФАС России письменные доказательства исполнения предписания.

Предписание может быть обжаловано в Арбитражный суд Республики Хакасия в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражно-процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии: ...

Члены комиссии: ...

...

...