

О признании рекламы ненадлежащей

ИП <...>

<...>

Потребителю рекламы Д.

РЕШЕНИЕ

по делу №052/05/5-71/2024

г. Нижний Новгород

Резолютивная часть решения объявлена 01 марта 2024 года.

Решение в полном объеме изготовлено 05 марта 2024 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия) в составе:

<...>. - <...>,
<...>. - <...>,
<...> - <...>.

рассмотрев дело №052/05/5-71/2024, возбужденное по обращению потребителя рекламы Д. (Нижегородское УФАС России не располагает согласием физического лица на использование его персональных данных) в отношении Индивидуального предпринимателя <...> (<...>) по признакам нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», в отсутствие сторон, уведомленных о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области поступило обращение физического лица Д. (вх. №23556/23 от 21.09.2023) по поводу рекламы «Premier spa Мужской спа-салон», распространенной в социальной сети «ВКонтакте» в группе «Автомобильный Нижний Новгород» (в настоящее время сообщество переименовано на «Нижний Новгород»), содержащей признаки нарушения ФЗ «О рекламе».

Определением от 05.12.2023 Нижегородским УФАС России возбуждено дело №052/05/18.1-2817/2023 по признакам нарушения части 16 статьи 18.1 ФЗ «О рекламе».

При рассмотрении дела №052/05/18.1-2817/2023 Комиссия пришла к выводу о необходимости выделить из указанного дела дело №052/05/5-71/2024.

Рассмотрение дела по существу состоялось 01.03.2024 посредством проведения видеоконференцсвязи.

Изучив материалы дела, представленные документы, Комиссия Нижегородского УФАС России приходит к следующим выводам.

29 августа 2023 года в социальной сети «ВКонтакте» в группе «Автомобильный Нижний Новгород» (в настоящее время сообщество переименовано на «Нижний Новгород») размещена публикация https://vk.com/autonn52?w=wall-195443984_201824 следующего содержания: «*BAУ — ПРЕДЛОЖЕНИЕ от @premierspa_nn; Попробуй ТЕСТДРАЙВ нашего салона всего за 9600 руб, вместо 11800 руб; Тебя ждет: «Программа №96» +одно дополнение к шалостям + элитный напиток; Это программа для тех, кто действительно любит разнообразие; Ты будешь получать невероятное удовольствие и одновременно сможешь доставлять его; Иногда это заводит даже больше; ВАЖНЫЕ ссылки для тебя: Мы на связи 24/7 http://t.me/Premier52_bot; Наш новый приватный канал с откровенным контентом <https://t.me/+hmlJazStzzNiMGFi>; Нижний Новгород, ул. Рождественская 22Е; +7 831 266 7738*».

По данному факту составлен Акт наблюдения от 21.09.2023.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» : реклама — это 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.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объект

рекламирования — товар, средство 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.

Пункт 3 этой же статьи определил, что товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Сообщение направлено на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования - мужскому спа-салону «Premier Spa».

Таким образом, рассматриваемое сообщение отвечает требованиям, установленным пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе», а, следовательно, является рекламой.

Рекламный пост сопровождается изображением девушки в нижнем белье / купальнике, стоящей спиной.

Согласно части 6 статьи 5 ФЗ «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.

Поскольку вопрос оценки изображений, слов и иных образов носит субъективный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности, Нижегородским УФАС России проведено заочное голосование членов Экспертного совета.

По результатам голосования большинство членов Экспертного совета пришли к единому мнению о том, что в рассматриваемом рекламном сообщении используются недопустимые образы, граничащие с эротическими образами, а используемые выражения создают впечатление действий сексуального характера

Непристойным в рекламной публикации является не только само изображение девушки, но и подтекст, который содержится в информационной части рекламного сообщения.

Содержание рекламы нарушает такие нормы этики: благопристойность, нравственность, целомудрие, позиционирует поведение, противоречащее общепринятым нормам морали и нравственности.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель — изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что телефонный номер +7 831-266-77-38, указанный в рекламном сообщении, принадлежит ИП <...> на основании договора на оказание услуг связи №ТН7/1/060422 от 05.04.2022, заключенного с ООО «Манго Телеком».

Таким образом, рекламодателем рассматриваемого рекламного сообщения является ИП <...>. <...>

Доказательств обратного ИП <...>. в материалы дела не представлено.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащая реклама — реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, реклама ИП <...>, распространенная с 29.08.2023 по 21.09.2023 в социальной сети «ВКонтакте» в сообществе «Автомобильный Нижний Новгород» (в настоящее время сообщество переименовано на «Нижний Новгород»), является ненадлежащей, противоречит требованиям части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В связи с тем, что в настоящее время реклама не распространяется Комиссия Управления считает, что в рассматриваемом случае отсутствует необходимость в выдаче предписания, направленного на устранение выявленных нарушений рекламного законодательства.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 43-49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 №1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ИП <...> «ВАУ — ПРЕДЛОЖЕНИЕ от

@premierspa_nn; Попробуй ТЕСТДРАЙВ нашего салона всего за 9600 руб, вместо 11800 руб; Тебя ждет: «Программа №96» +одно дополнение к шалостям + элитный напиток...», распространенную в период с 29.08.2023 по 21.09.2023 в социальной сети «Вконтакте» в сообществе «Автомобильный Нижний Новгород» (в настоящее время сообщество переименовано на «Нижний Новгород»), поскольку она противоречит требованиям части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Нижегородской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 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.

<...>