

## РЕШЕНИЕ

по делу № 055/05/5-844/2019

16 октября 2019 года  
город Омск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Омской области (далее - Омское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии – (...)

члены Комиссии: (...),

рассмотрев дело № 055/05/5-844/2019 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем (...) требований частей 6 и 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Федеральный закон «О рекламе»),

в отсутствие заявителей, извещенных надлежащим образом,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ИП (...)

### УСТАНОВИЛА:

В адрес Омского УФАС России поступило заявление граждан по факту размещения в газете «Ва-банк.Омск» (выпуск № 24 (481) от 17.06.2019) информации следующего содержания:

*«ЧЕСТНЫЕ ПОХОРОНЫ*

*военная четкость,*

*сострадание, порядочность*

*ПОЛНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПОХОРОН*

*для всех категорий граждан*

Льготы: Скидка до 25 %

Участникам, инвалидам и вдовам участников ВОВ, ветеранам  
военной службы МВД, МЧС, Минобороны, труженикам тыла

ПОЧЕТНЫЙ КАРАУЛ БЕСПЛАТНО

Прижизненные договоры

Пенсионерам РФ гроб и крест

БЕСПЛАТНО

ул. Фрунзе, 93

47-88-88

оф.303

круглосуточно»

Также заявители просили обратить внимание, что для привлечения внимания к рекламе похоронных услуг была использована фотография молодого военного в форме Росгвардии.

По мнению заявителя, размещение образа военнослужащего в рекламе похорон неэтично, *«порочит честь и доблесть Российской Армии и военных»*.

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 33 Федерального закона «О рекламе» антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе.

Реклама - 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 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Под объектом рекламирования понимается 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 (пункт 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Согласно пункту 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для

продажи, обмена или иного введения в оборот.

Вышеуказанная информация отвечает всем признакам рекламы: распространена посредством печатного издания; адресована неопределенному кругу лиц; направлена на привлечение внимания к лицу, предоставляющему услуги населению по организации похорон.

По определению (пункт 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе») ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В письме от 11.07.2019 № 3243 редакция газеты «Ва-банк. Омск» сообщила, что рекламодателем вышеуказанной рекламы на основании договора от 01.01.2019 является ИП (...).

Определением Омского УФАС России от 03.10.2019 в отношении ИП (...) было возбуждено дело по признакам нарушения требований частей 6 и 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

ИП (...) были даны пояснения, согласно которым:

*«Образ военнослужащего, размещенный в данном макете взят из открытых интернет-источников...»*

*Образ военнослужащего был выбран, в соответствии с профилем работы компании «Честные похороны», ориентированной на услуги для данной категории граждан.*

*Условием предоставления услуги «пенсионерам РФ гроб и крест бесплатно» является заключение договора на полный комплекс похоронных услуг, гражданином (кой) РФ пенсионного возраста» (пояснения вх. № 8131 от 09.08.2019).*

При рассмотрении материалов дела Комиссией Омского УФАС России установлено следующее.

1. В соответствии с частью 6 статьи 5 Федерального 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.

Следует отметить, что вопрос отнесения изображений к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности.

При этом 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).

Учитывая мнение заявителей, было принято решение о рассмотрении спорного обращения на заседании Экспертного совета по рекламе при Омском УФАС России.

При этом мнение экспертов относительно использования образа военнослужащего в рекламе ритуальных услуг разделилось: 50 % от общего количества экспертов посчитали, что использовать в рекламе такого рода услуг изображение военнослужащего вполне приемлемо, поскольку информация о предоставляемых компанией льготах и скидках «позволяет оправдать наличие в рекламе образа военного», 50% экспертов посчитали, что «использовать образ военнослужащего вооруженных сил РФ неприемлемо и неэтично по отношению к военнослужащим, их матерям». В данной рекламе возможно идентифицировать личность военного.

Согласно письму ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» 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

Согласно пояснениям ИП (...) выбор изображения военнослужащего обусловлен основным видом предоставляемых населению ритуальных услуг - похороны военнослужащих, в том числе его спецификой в соответствии с установленным порядком погребения данной категории граждан.

На заседании Комиссии ИП (...) также пояснил, что фото взято из открытых интернет-источников, при определении содержания рекламы единственной целью было привлечение внимания к компании «Честные похороны», не предполагал, что такая реклама может оскорбить чьи-то чувства. В рекламе не использовались оскорбительные образы, сравнения и выражения, в том числе в отношении человека и гражданина, следовательно, нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» является субъективным и необоснованным.

Заслушав пояснения ИП (...), изучив материалы дела, Комиссия Омского УФАС России пришла к следующим выводам.

При решении вопроса о соответствии того или иного изображения требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» рекламу следует оценивать в совокупности со всеми обстоятельствами его размещения, текстом, который его сопровождает, целью его размещения

Положение Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные и оскорбительные образы,

сравнения, выражения.

По мнению Комиссии Омского УФАС России 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. Оскорбительным является такое воспроизведение объекта или информации о нем, способ или характер представления которого способны причинить обиду, унижить честь и достоинство кого-либо.

Таким образом, сам по себе использованный в рекламе образ военнослужащего не может быть признан оскорбительным.

Более того, фото было изменено, и по совокупности элементов идентифицировать военнослужащего, представленного на фото не представляется возможным.

Учитывая вышеизложенное, Комиссия Омского УФАС России не усмотрела в рассматриваемой рекламе нарушений требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку представленное в рекламе изображение наряду с основным текстом не несут в себе оскорбительных образов, сравнений, выражений, а использованный в рекламе образ военнослужащего не сопровождается какой-либо зрительной, графической или иной информацией, которая бы придавала рекламе оскорбительный смысл.

2. В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Учитывая правовой смысл и содержание приведенных понятий рекламы и объекта рекламирования, информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах, а также об изготовителе (продавце) такого товара, то есть объекту рекламирования в целом.

В нарушение данной правовой формы в спорной рекламе, размещенной в газете «Ва-банк.Омск» отсутствует часть существенной информации об условиях предоставления услуги «пенсионерам гроб и крест бесплатно».

Согласно пояснениям ИП (...) «условием предоставления услуги «пенсионерам РФ гроб и крест бесплатно» является заключение договора на полный комплекс похоронных услуг, гражданином (кой) РФ пенсионного возраста».

Таким образом, отсутствие в рекламе части существенной информации о том, что условием предоставления услуги «пенсионерам РФ гроб и крест бесплатно» является заключение договора на полный комплекс похоронных услуг, гражданином (кой) РФ пенсионного возраста, приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей, имеющих намерение воспользоваться рекламируемыми услугами.

По определению ИП (...) является рекламодателем, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом (пункт 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» (часть 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе»).

Рассмотрев материалы дела, заслушав пояснения, Комиссия Омского УФАС России пришла к выводу о нарушении ИП (...) требований части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе «Честные похороны...».

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу ритуальных услуг, рекламодателем которой является ИП (...), в части «Пенсионерам РФ гроб и крест бесплатно» ненадлежащей, нарушающей требования части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Прекратить производство по делу, возбужденному в отношении ИП (...) по признакам нарушения требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать ИП (...) предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Омского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении.

Решение изготовлено в полном объеме 23 октября 2019 года.

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