

<...>

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела № 019/05/5-286/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

27 июня 2019 г. г. Абакан

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия (далее – Хакасское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе <...>, по итогам проведенного мониторинга рекламы на предмет соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе,

УСТАНОВИЛ:

20.05.2019 г. в ходе проведения Управлением Федеральной антимонопольной службы по Республике Хакасия мониторинга наружной рекламы, на предмет соблюдения требований законодательства Российской Федерации о рекламе выявлена рекламная информация в с. Подсинее следующего содержания: «Будь мужиком смени пол ламинат, паркет, пробка, Комфорт-пол, г. Абакан, ул. Жукова, 22», имеющая признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Пунктам 1 статьи 3 Закона о рекламе установлено, что 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.

Пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе установлено, что объект рекламирования - 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.

Данная информация полностью подпадает под понятие – реклама, так как имеет все признаки вышеуказанных понятий.

Частью 1 статьи 5 Закона о рекламе установлено, что недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В силу 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.

По смыслу законодателя к оскорбительным образам, сравнениям и выражениям относятся слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат. Данная позиция изложена в Письме ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 Закона «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).

В соответствии с пунктом 7.23 Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы, утвержденного приказом ФАС России от 23.07.2015 № 649/15, территориальный орган имеет право создавать совещательные и экспертные органы (советы, комиссии, группы) в установленной сфере деятельности.

Согласно письма ФАС России от 12.04.2019 г. № АК/29989/19 в целях всесторонней и полной оценки рекламы на предмет наличия или отсутствия признаков нарушения рекламного законодательства, особенно в случаях, когда анализ рекламы связан с выявлением субъективно-оценочных характеристик, территориальные органы ФАС России вправе вынести указанную рекламу на рассмотрение Экспертного совета по рекламе.

Так, 22.05.2019 г. Хакасским УФАС России проведен Экспертный совет по рекламе. Спорная реклама была представлена на обозрение членам Экспертного совета, согласно Протоколу № 1 эксперты единогласно посчитали, что данная реклама является неэтичной, поскольку использование словосочетания «смени пол» подразумевает сменить гендерную характеристику своей личности – поменять мужской пол на женский и наоборот, что в свою очередь является оскорбительным.

Следует отметить, что 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.

Следовательно, данная реклама не соответствует требованиям, установленным частью 6 статьи 5 Закона о рекламе и, в силу пункта 4 статьи 3 названного Закона, является ненадлежащей рекламой.

Согласно части 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 данного Закона, несет рекламодатель.

Пунктом 5 статьи 3 Закона о рекламе установлено, что рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект

рекламирования и (или) содержание рекламы.

Исходя из представленных сведений рекламодателем вышеуказанной рекламы является индивидуальный предприниматель <...>.

Таким образом, рекламодателем и рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является <...>.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛ:

1. Возбудить производство по делу № 019/05/5-286/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Признать лицами, участвующими в деле:

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – <...>.

3. Назначить дело № 019/05/5-286/2019 к рассмотрению **на 24 июля 2019 года в 09 часов 00 минут** по адресу: г. Абакан, ул. Вяткина 3, каб. 303.

4. <...> в срок до **19 июля 2019 года** предоставить в адрес Хакасского УФАС России следующие документы и сведения:

1. Копии учредительных документов;
2. Копию договора на изготовление рекламы;
3. Утвержденный макет вышеуказанной рекламы;

3) Акт выполненных работ по изготовлению вышеуказанной рекламы;

4) Копию документов, подтверждающих оплату изготовления вышеуказанной рекламы;

5) Письменные пояснения по поводу распространения неэтичной рекламы;

6) Письменные пояснения об иных местах распространения аналогичных реклам на территории Республики Хакасия и других субъектах Российской Федерации;

7) Иные документы и сведения по своему усмотрению.

Непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренной законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде, представление недостоверных сведений (информации) – влечет административную ответственность по части 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Председатель Комиссии <...>

