

УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО РЕСПУБЛИКЕ КОМИ

РЕШЕНИЕ

07 марта 2012 года

(изготовление решения в полном объеме)

22 февраля 2012 года

(оглашение резолютивной части)

03-01/1619

г. Сыктывкар

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия), в составе:

<...>,

рассмотрев материалы дела № Р 01-01/12, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...>а (далее – ИП <...> А.А.) по факту распространения рекламы подросткового белья и колготок, размещенной в оконных проёмах магазина «Столичный», с признаками нарушения требований ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе),

в присутствии:

- представителя ИП <...>а А.А. в лице <...>е, действующей на основании доверенности от 26.08.2011;

в отсутствие:

- <...>а, надлежащим образом извещённого о месте и времени рассмотрения рекламного дела, что подтверждается уведомлением о вручении почтового отправления № 16700051955762 от 02.02.2012;

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми поступило заявление депутата Совета МО ГО «Сыктывкар» <...>а о распространении рекламных плакатов, размещённых в оконных проёмах фасада здания, в котором находится магазин «Столичный», расположенный по адресу: г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 43, содержащих изображения полуобнажённых женских фигур и надписи «колготки» и «подростковое бельё» (далее – рассматриваемая реклама), с признаками нарушения требований ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Информация, размещённая на плакатах в оконных проёмах магазина «Столичный», содержит следующие признаки рекламы:

- распространена при помощи плакатов, размещённых в оконных проёмах фасада

магазина «Столичный», расположенного по адресу: 167000, Республика Коми, г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 43.

- адресована неопределенному кругу лиц;

- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования: подростковому белью, колготкам, формирование и поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Таким образом, информация, размещенная на плакатах в оконных проемах магазина «Столичный», является рекламой.

Согласно ч. 6 ст. 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, возраста (в том числе несовершеннолетнего), 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 разъяснениям ФАС России № АК 41964 от 29.11.2010 (вх. № 6122 от 17.12.2010) «Об определении критериев отнесения использования в рекламе образов к непристойным и оскорбительным», к таким образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат. 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).

Соответственно, ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения, вполне обоснованна. При этом, по мнению ФАС России, для признания рекламы неэтичной, не требуется получения единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

ФАС России рекомендует для оценки рекламы на предмет ее восприятия потребителями использовать, в том числе мнение Экспертного совета.

Рассматриваемая реклама была вынесена на рассмотрение Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее – Экспертный совет), созданного Приказом Коми УФАС России № 26 от 10.04.2007. Основными задачами Экспертного совета являются, в частности, экспертиза и оценка содержания рекламы, ее воздействие на потребителей рекламной информации. В состав членов Экспертного совета входят, в том числе специалисты Коми УФАС России, представители научных и общественных организаций, специалисты в отдельных областях знаний.

На заседании Экспертного совета 10.06.2011 признано, что в наружной рекламе белья в оконных проемах магазина «Столичный», имеет место использование непристойных и оскорбительных образов в отношении женского пола (в рекламе колготок) и в отношении несовершеннолетних (в рекламе подросткового белья). Результаты оценки рассматриваемой рекламы членами Экспертного совета нашли

свое отражение в протоколе № 1 заседания Экспертного совета от 10.06.2011 года, копия которого имеется в материалах рекламного дела.

Из вышеизложенного усматривается, что в наружной рекламе белья в оконных проемах магазина «Столичный», имеет место использование непристойных и оскорбительных образов в отношении женского пола (в рекламе колготок) и в отношении несовершеннолетних (в рекламе подросткового белья).

Согласно ч. 1 ст. 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. При таких обстоятельствах, рассматриваемая реклама размещена в нарушение требований ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 5 ст. 3 Закона о рекламе, рекламоделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с п. 6 ст. 3 Закона о рекламе, рекламопроизводитель - лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для распространения в виде рекламы форму.

В соответствии с п. 7 ст. 3 Закона о рекламе, рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В силу ч. 1 ст. 19 Закона о рекламе, рекламодателем наружной рекламы является владелец рекламной конструкции.

Согласно письменным пояснением ТСЖ «Ленина – 43», направленным в Коми УФАС России письмом от 24.11.2011 № 12 (вх. № 5985 от 25.11.2011), собственником здания (жилого многоквартирного дома), расположенного по адресу: г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 43, является ТСЖ «Ленина – 43». Собственником помещений, занимаемых магазином, осуществляющим торговлю колготками и бельём, расположенным на первом этаже многоквартирного дома, а также внутренних площадей оконных проёмов, в которых размещена рассматриваемая реклама, с 2002 года является ООО «Торговый дом «Столичный». Согласие на размещение реклам, установленных в оконных проёмах магазина ТД «Столичный», собственником здания не выдавалось, договоры не заключались.

На основании договора аренды нежилых помещений № 50/1 от 01.10.2010, копия которого представлена <...>ом А.А. в материалы рекламного дела, заключенного между ООО «ТД «Столичный» (далее - арендодатель) и ИП <...>ом А. А. (далее - арендатор), арендодатель передает, а арендатор принимает в аренду для осуществления предпринимательской деятельности в сфере розничной торговли нежилые помещения: торговый зал (отдел белья), торговый зал (отдел косметики), склад отдела белья, склад отдела косметики, расположенные по адресу: г. Сыктывкар, улица Ленина 43, согласно техническому паспорту № 2284 от 29.05.2002. Исходя из вышеуказанного следует, что владельцем рекламных конструкций, размещённых в оконных проёмах здания, расположенного по адресу: г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 43, на основании договора аренды нежилых помещений от 01.10.2010, с 01.10.2010 и на момент распространения рекламы, являлся ИП <...> А.А. Таким образом, рекламодателем рассматриваемой рекламы в силу ч. 1 ст. 19 Закона о рекламе является <...> А.А.

Частью 7 ст. 38 Закона о рекламе предусмотрено, что рекламодатель ответственность за нарушение требований, установленных ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе, не несёт.

Ответственность за нарушение требований ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе, в силу положений, установленных ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе, несёт рекламодатель.

Из материалов рекламного дела усматривается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...> А.А.

Из письменных пояснений ИП <...>а А.А. от 15.12.2011 (вх. № 6413 от 15.12.2011) следует, что макеты баннеров, размещённых в оконных проёмах в период с 2007 – 2011 года, были разработаны самостоятельно. Данные баннеры были распространены только в оконных проёмах ТД «Столичный». Оконные проёмы принадлежат ТД «Столичный», но по устной договорённости используются индивидуальным предпринимателем <...>ом А.А. для осуществления своей деятельности.

Согласно письменным пояснениям ИП <...>а А.А., представленным в материалы рекламного дела письмом от 17.02.2012 (вх. № 747 от 17.02.2012), производство и монтаж баннеров с рассматриваемой рекламой был осуществлен обществом с ограниченной ответственностью «Эском» в г. Сыктывкаре в июле 2007 года, в сентябре 2011 года в оконных проёмах ТД «Столичный» была произведена замена рассматриваемых изображений.

В ходе рассмотрения рекламного дела № Р 01-01/12 представитель ИП <...>а А.А. <...>е Ольга Николаевна пояснила, что заказчиком и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...> А.А. Вместе с тем, она не считает, что в рекламных плакатах, размещённых в оконных проёмах ТД «Столичный» имеет место использование непристойных и оскорбительных образов в отношении женского пола (в рекламе колготок) и в отношении несовершеннолетних (в рекламе подросткового белья), поскольку изображения на баннерах были просканированы с фабричных упаковок рекламируемых изделий.

Комиссией данный довод не может быть принят во внимание в силу нижеследующего.

Согласно п. 8 ч. 2 ст. 2 Закона о рекламе, настоящий Федеральный закон не распространяется на любые элементы оформления товара, помещённые на товаре или его упаковке и не относящиеся к другому товару.

Рассматриваемые плакаты, размещённые в оконных проёмах ТД «Столичный» с изображением полуобнажённых женских фигур являются рекламой, поскольку они не подпадают под признаки, установленные п. 8 ч. 2 ст. 2 Закона о рекламе, а обладают законодательно установленными признаками рекламы и имеют направленность, предусмотренную ст. 3 Закона о рекламе, следовательно, на них распространяются требования Закона о рекламе в полном объёме.

Комиссией в ходе рассмотрения рекламного дела № Р 01-01/12 установлено, что нарушение рекламного законодательства произошло вине рекламодателя – ИП <...>а А.А.

Из материалов рекламного дела № Р 01-01/12 усматривается, что со стороны ИП <...>а А.А. должных мер по контролю соответствия рассматриваемой рекламы требованиям Закона о рекламе не принято.

Таким образом, ИП <...>ом А.А. нарушены требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

Комиссией в ходе рассмотрения дела № Р 01-01/12 установлено, что территория распространения рассматриваемой рекламы – г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 43.

Из материалов рекламного дела следует, что рассматриваемая реклама распространялась в период с июля 2007 по сентябрь 2011 года.

Комиссией установлено, что на дату вынесения решения факт распространения рассматриваемой рекламы не имеет места, что

подтверждается представленными в материалы рекламного дела фотокопиями оконных проёмов ТД «Столичный», на которых рассматриваемая реклама отсутствует.

В связи с добровольным устранением лицом совершённого нарушения, Комиссия сочла нецелесообразной выдачу ИП <...>у А.А. предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

На основании изложенного, руководствуясь п. 4 ст. 3, п. 2 ч. 1 ст. 33, п. 7 ч. 2 ст. 33, ч. 1 ст. 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 – 43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, п. 3.55 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденного Приказом ФАС РФ от 28.12.2007 № 453, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещённую в оконных проёмах фасада здания, в котором находится магазин «Столичный», расположенный по адресу: г. Сыктывкар, ул. Ленина, д. 43, содержащую изображения полуобнажённых женских фигур и надписи «колготки» и «подростковое бельё», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе и прекращении распространении ненадлежащей рекламы ИП <...>у А.А. не выдавать, поскольку распространение рассматриваемой рекламы прекращено.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Коми УФАС России для возбуждения в отношении ИП <...>а А.А. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение в полном объеме изготовлено 07 марта 2012 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.