

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ВОЗБУЖДЕНИИ ДЕЛА ПО ПРИЗНАКАМ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

22 февраля 2017 г.

г. Улан - Удэ

Дело № 05- 12/5-2017

Я, <...> , Председатель Комиссии по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрев обращение гражданки Н.,

УСТАНОВИЛА:

26.12.2016 в Бурятское УФАС России через Управление Роскомнадзора по Республике Бурятия поступило обращение гражданки Н. (вх. № 7473 от 26.12.2016).

В своем обращении Н. ставит вопрос о соблюдении требований законодательства о рекламе в содержании рекламы услуги доставки еды, в которой содержится фраза «закажи на дом японку и узбечку».

Бурятским УФАС России на официальном сайте управления проведен опрос мнения: является ли содержание рекламного ролика оскорбительным в отношении национальности.

В опросе приняло участие 5 286 участников: 41 % (2 158 голосов) сочли рекламу оскорбительной в отношении национальности, 59 % (3 128 голосов) ответили на данный вопрос отрицательно.

Рассмотрение вопроса о соответствии/несоответствии содержания рекламы требованиям части 6 статьи 5 Закона о рекламе было включено в повестку заседания экспертно-консультативного совета по рекламе (далее - ЭКС по рекламе) при Бурятском УФАС России, которое состоялось 08.02.2017.

ЭКС по рекламе при Бурятском УФАС России образован в целях рассмотрения вопросов, связанных с применением и предупреждением нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе.

Основными задачами ЭКС по рекламе 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 рекламного законодательства и т.д.

Решением большинства членов совета признано, что в рекламе содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе; 3 члена совета не усмотрели в рекламе признаков нарушения Закона о рекламе.

Бурятское УФАС России, рассмотрев обращение Н. на предмет соблюдения части 6 статьи 5 Закона о рекламе, установило следующее.

Распространение рекламы осуществлялось с 18.11.2016 по 25.11.2016 и в период с 06.12.2016 по 12.12.2016 в региональном эфире ГТРБ «Бурятия».

В соответствии с договором № 40 от 20.09.2016 рекламодателем рекламы являлся ИП <...>.

Согласно статье 3 Закона 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;

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;

реklamодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо;

Содержание рекламного ролика соответствует понятию рекламы; объектом рекламирования является услуга по доставке еды.

В соответствии с частью 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.

Оценив восприятие данной рекламы с точки зрения рядового потребителя, Бурятское УФАС России пришло к выводу, что в рекламе использованы неоправданные сравнения и использованы зрительные образы, способные исказить восприятие рекламы.

Внимание потребителей рекламы к объекту рекламирования привлекается путем использования образов девушек соответствующей национальности и сопровождением закадровым голосом «закажи на дом японку или узбечку», при отсутствии взаимосвязи данных образов с объектом рекламирования.

Исполнение рекламы в имеющемся виде может быть оскорбительными по отношению к женщинам японской и узбекской национальности.

Согласно статье 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 6 статьи 5 Закона о рекламе возложена на рекламодателя.

На основании изложенного и, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе, пунктами 20, 21 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации о рекламе от 17.08.2006 № 508,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить в отношении индивидуального предпринимателя <...> дело по признакам нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе и привлечь к участию в рассмотрении дела в качестве ответчика.

2. Привлечь к участию в рассмотрении дела в качестве заявителя Н.

3. Назначить дело к рассмотрению на **15 марта 2017 года в 10:00 часов** по адресу: Республика Бурятия, г. Улан-Удэ, ул. Ленина, 55, зал заседаний.

4. Индивидуальному предпринимателю <...> в срок до 13 марта 2017 года представить письменные пояснения по существу возбужденного дела.