

РЕШЕНИЕ № Р 14/52-03

Резолютивная часть объявлена 13.05.2014 г.
Тюмень

г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:	Поткина И.В.	-заместитель руководителя управления;
Члены Комиссии:	Огнева Е.Н.	- ведущий специалист-эксперт;
	Шишова.Н.Н.	- ведущий специалист-эксперт,

рассмотрев дело № Р14/52 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения рекламы «Галерея суши»,

в присутствии законного представителя ООО «Белое Солнце-Тюмень» – генерального директора «...» (протокол общего собрания участников №2 от 08.12.2010, предъявлен паспорт гражданина РФ),

УСТАНОВИЛА:

Прокуратурой Тюменской области в адрес Тюменского УФАС России для оценки на соответствие законодательству о рекламе был направлен рекламный буклет «Галерея суши» с размещением на первом листе женского образа, с приложенным к губам пальцем, и надписью «Галерея суши Знаем, что ты хочешь, 23 РАЗА СМОГЛА заказать суши» (вх. от 20.01.2014 №328).

Определением от 18.03.2014г. № Р14/52-01 возбуждено дело № Р14/52 в отношении ООО «Белое Солнце - Тюмень» (далее также – Общество) по признакам нарушения законодательства о рекламе.

ООО «Белое Солнце – Тюмень» на дальнейшие заседания комиссии представлены документы на производство и распространение обозначенной рекламы и пояснения, из которых следует, что какие либо негативные сведения в рассматриваемой рекламе отсутствуют.

На рассмотрении дела законный представитель Общества пояснил, что рассматриваемый рекламный буклет распространялся в декабре 2013 года службой доставки путем вкладывания в упаковку продукции, заказываемой потребителями.

Комиссия, исследовав письменные доказательства по делу, заслушав представителя ООО «Белое Солнце Тюмень», пришла к следующим выводам.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона №38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), рекламой является 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 и поддержания 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; товар – продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Таким образом, рассматриваемая информация, размещенная на буклете, является рекламой, в которой объектом рекламирования является предприятие общественного питания «Галерея суши» и его продукция.

На первой странице буклета содержится изображение лежащей девушки с обнаженными плечами с приложенным к губам пальцем, надписи «Галерея суши Знаем, что ты хочешь. Я 23 РАЗА СМОГЛА заказать суши».

Использование в совокупности описанного образа девушки с выделенным графически слоганом «Я 23 раза смогла» (слова «заказать суши» намеренно указаны намного меньшим шрифтом), текста «Знаем, что ты хочешь» свидетельствуют о намеренном использовании в рассматриваемой рекламе образа молодой девушки как объект сексуального вожделения, образа, эксплуатирующего интерес к сексу. Отсюда реклама приобретает фривольный смысл (не вполне пристойный, легкомысленный, нескромный)

В соответствии с данными «Словаря русского языка в четырех томах» под ред. Евгеньевой А.П., том 3 (М.:Русский язык, 1986) слово *непристойный* имеет значение «крайне неприличный, предосудительный; относящийся к интимным сторонам жизни человека, о которых стыдно говорить открыто (к отношению полов, к физиологическим отправлениям организма)».

Способ размещения данной рекламы предполагает неограниченный круг потребителей рекламы. Это ведет к тому, что невольными потребителями данной рекламы могут стать дети и граждане, для которых в силу религиозных, философских, политических убеждений указанное изображение с используемым текстом являются оскорбительным.

В силу требований п. 1 ст. 14 Федерального закона от 03.07.1999 № 31 «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации», ребенок должен быть защищен от информации, пропаганды и агитации, наносящей вред его здоровью, нравственному и духовному развитию.

Использование в рекламе описанного образа может негативно влиять на формирование образа женщины у детей. Эти представления являются одними из базовых для заключения психологов о нормальном психическом развитии ребенка.

Таким образом, рассматриваемая реклама не отвечает общепринятым нормам морали и нравственности и может оказать негативное влияние на развитие ребенка.

В соответствии с частью 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон 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.

При квалификации нарушений части 6 статьи 5 Закона о рекламе антимонопольные органы вправе принимать во внимание различные материалы и документы, в том числе экспертные исследования и оценки. В частности, мнение специалиста имеет значение при оценке рекламы, восприятие которой может быть различным для разных групп населения, например, при выяснении непристойных и оскорбительных образов в рекламе. Из имеющихся в материалах дела заключения специалиста-эксперта от 27.02.2014г. (вх.№1743 от 07.03.2014г.) следует, что реклама воспринимается потенциальными потребителями мужского и женского пола как провоцирующая, порождающая смысловую неоднозначность. Непристойность рекламе придает сексуальный подтекст, переданный посредством образа молодой яркой красивой раскрепощенной сексуальной женщины с приложенным к губам пальцем, что в русской культуре расценивается как знак секретности сообщения, запрета, связанного с наслаждением, чувственностью, изобилием, подтвержденный вербально заголовком («23 раза смогла заказать суши») и слоганом («Знаем, что ты хочешь!»), усиленный графически (порядком размещения информации, размером и цветом шрифта).

Таким образом, Комиссия пришла к выводу, что данная реклама нарушает требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение части 6 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

На рассмотрение дела на запрос Тюменского УФАС России о предоставлении документов на производство рассматриваемой рекламы представлена копия договора подряда №214/13 на изготовление полиграфической продукции, согласно которому ООО «Белое Солнце - Тюмень» заказало печать бланков тиражом 5000 шт., исходная информация для которых предоставлена заказчиком.

Права на использование концепции и графической айдентики бренда «Галерея суши» приобретены ООО «Белое Солнце – Тюмень» по соглашению от 13.07.2013 года №1 о передаче авторских прав во временное пользование за плату. Срок действия указанного соглашения согласно пункту 4 - до 01.07.2018 года.

Таким образом, материалы дела и пояснения законного представителя Общества свидетельствуют о том, что рекламодателем и рекламораспространителем вышеуказанной рекламы является ООО «Белое Солнце - Тюмень» (адрес местонахождения: 625000, г.Тюмень, ул.30лет Победы, 132/1).

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбуждённых по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную ООО «Белое Солнце- Тюмень» на рекламных буклетах с использованием женского образа, с приложенным к губам пальцем, и надписью «Галерея суши Знаем, что ты хочешь, 23 РАЗА СМОГЛА заказать суши», ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать в связи с прекращением распространения обозначенной рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 30.05.2014 года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель комиссии

И.В. Поткина

Члены комиссии
Огнева

Е.Н.

Н.Н. Шишова