

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 062/05/5-228/2019

«6» июня 2019 года г. Рязань

Комиссия Рязанского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:<...>,

рассмотрев дело № 062/05/5-228/2019 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения рекламы на рекламном щите в лифте многоквартирного дома по адресу: г. Рязань, <...>, следующего содержания: «Киномакс Семь ужинов Сходи на фильм и выиграй ужин мечты...», с изображением мужчины и обнаженной женщины, которая держит в руках табличку с надписью <...> в отсутствие представителей АО «Киномакс», извещенных надлежащим образом,

УСТАНОВИЛА:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе Рязанским УФАС России 01.03.2019 выявлен случай распространения рекламы на рекламном щите в лифте многоквартирного дома по адресу: г. Рязань, <...>, следующего содержания: «Киномакс Семь ужинов Сходи на фильм и выиграй ужин мечты...», с изображением мужчины и обнаженной женщины, которая держит в руках табличку с надписью <...> с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»).

Данный факт подтвержден протоколом осмотра Рязанского УФАС России при проведении фотосъемки от 01.03.2019.

Управлением установлено, что между ООО «Управляющей организацией Техрембытсервис» и ООО «Индор Медиа» заключен договор аренды № 004-2017 от 22.03.2017 на установку и эксплуатацию информационных конструкций.

Согласно представленным документам ООО «Индор Медиа» управлением установлено, что между ООО «Индор Медиа» и филиалом АО «Киномакс» в г.Рязани заключен договор №136 от 26.10.2017.

Согласно п. 1.1 указанного договора Филиал АО «Киномакс» в г. Рязани (далее – заказчик) поручает, а ООО «Индор Медиа» (далее – Исполнитель) принимает на себя обязательства по производству и размещению рекламной информации о заказчике на рекламоносителях, размещаемых в лифтах жилых домов города Рязани, а заказчик обязуется оплатить оказанные услуги исполнителя по настоящему договору.

В соответствии с п.4.6 данного договора заказчик гарантирует соответствие предоставляемых к распространению рекламных материалов законодательству РФ, в частности ФЗ «О рекламе».

Таким образом, рекламодателем указанной рекламы является АО «Киномакс» (ИНН/ОГРН 7705995118/112774658995 юр. адрес: Воронцовский переулок, д.5/7, г. Москва, 109044; фактич. адрес: Московское ш., д.21, г. Рязань, 390013).

На основании изложенного возбуждено дело о нарушении Закона о рекламе в

отношении АО «Киномакс».

Определением о возбуждении дела № 062/05/5-228/2019 от 08.05.2019 (исх. №1787) у АО «Киномакс» запрошены документы и сведения, необходимые для рассмотрения дела, в том числе мотивированное письменное пояснение по факту нарушения рекламного законодательства.

27.05.2019 в адрес управления поступило объяснение АО «Киномакс» с приложенными документами, согласно которым оно пояснило следующее.

Представители общества не согласны с нарушением рекламного законодательства, так как считают, что спорный рекламный лист создан на основе разработанного и утвержденного официального изображения к фильму «Семь ужинов» и данная реклама демонстрирует названный фильм. По мнению общества, наблюдатель может предположить, что это супружеская пара и между ними возник конфликт. Несомненно, слово «Козел» женщина обращает в адрес конкретного мужчины.

Рассмотрев заявление и материалы, Комиссия приходит к следующим выводам.

Информация, распространяемая на рекламном щите в лифте многоквартирного дома по адресу: г. Рязань, <...> является рекламой, поскольку из статьи 3 ФЗ «О рекламе» следует, что рекламой признается 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.

При размещении и распространении рекламы должны соблюдаться общие требования к рекламе, установленные статьей 5 Закона о рекламе.

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.

Данное положение Федерального закона "О рекламе" запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

Как указано в письме ФАС России от 08.06.2017 N АК/38500-ПР/17 "Об использовании непристойных и оскорбительных образов в 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.

По смыслу законодателя к непристойным образам могут быть отнесены изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности. Данная позиция изложена в

письме ФАС России от 29.04.2013 N АД/17355/13 "О порядке применения части 6 статьи 5 Закона "О рекламе".

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным или непристойным 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, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом для признания рекламы неэтичной/оскорбительной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как оскорбительную или непристойную.

Так, указанная реклама также была рассмотрена 11.03.2019 на Экспертном совете по применению рекламного законодательства при Рязанском УФАС России. На обсуждение поставлен вопрос: «Как воспринимается реклама, расположенная в лифтах многоквартирного дома, и нарушает ли она требования части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе»?». По результатам голосования членами совета решено, что реклама, размещенная в лифтах многоквартирного дома, содержит оскорбительный образ и признаки нарушения требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В данном случае указанная реклама была представлена для всеобщего обозрения, поскольку распространялась в лифтах многоквартирных домов города Рязани, т.е. данная реклама была доступна для всех без исключения категорий населения, в том числе детям.

Комиссия приходит к выводу о том, что размещенная на рекламном щите в лифте многоквартирного дома по адресу: г. Рязань <...>, реклама следующего содержания: «Киномакс Семь ужина Сходи на фильм и выиграй ужин мечты...» с изображением мужчины и женщины, которая держит в руках табличку с надписью <...>, является ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального закона "О рекламе".

В соответствии со статьей 3 Закона о рекламе ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, указанная реклама в соответствии со статьей 3 Закона "О рекламе" является ненадлежащей.

Статьей 38 Закона о рекламе установлено, что за нарушение требований части 6 статьи 5 Закона "О рекламе" ответственность несет рекламодатель.

В силу статьи 3 Федерального закона "О рекламе" рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем рекламы является АО «Киномакс» (ИНН/ОГРН 7705995118/112774658995 юр. адрес: Воронцовский переулок, д.5/7, г. Москва,

109044; фактич. адрес: Московское ш., д.21, г. Рязань, 390013).

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 N 508, Комиссия Рязанского УФАС России,

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу, размещенную на рекламном щите в лифте многоквартирного дома по адресу: г. Рязань, <...> следующего содержания: «Киномакс Семь ужинов Сходи на фильм и выиграй ужин мечты...», с изображением мужчины и женщины, которая держит в руках табличку с надписью <...>, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с добровольным устранением нарушения законодательства о рекламе лицом, его совершившим.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Рязанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в течение трех месяцев со дня его принятия.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>