

АО «Дон-Строй Инвест»

Мосфильмовская ул., д. 70,
г. Москва, 119590

ООО «Агентство Игроник»

Верхоянская ул., д. 18, стр. 2,
г. Москва, 129344

Гжатская ул., д. 2,
г. Москва, 121471

info@igronikoutdoor.ru

ООО «Гэллери Сервис»

Багратионовский пр-д, д. 7, корп. 20А,
г. Москва, 121087

РЕШЕНИЕ
по делу № 3-5-177/77-17

«21» ноября 2017 года

г. Москва

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия Московского УФАС России) в составе:

председателя Комиссии – <...>,

членов Комиссии – <...><...><...>

рассмотрев дело № 3-5-177/77-17, возбужденное в отношении АО «Дон-Строй Инвест» по признакам нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе), выразившегося в распространении рекламы «ДОНСТРОЙ — СИМВОЛ И СЕРДЦЕ СТОЛИЦЫ!» на рекламном щите, расположенном на Профсоюзной улице, а именно: рядом с домом по адресу г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 21, содержащей непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения,

в присутствии представителей: ООО «Гэллери Сервис» в лице <...> (по доверенности № 296 от 22.08.2017), ЗАО «Дон-Строй Инвест» в лице <...>(по

доверенности б/н от 28.06.2016),

в отсутствие представителей ООО «Агентство Игроник» (уведомлено надлежащим образом),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 3-5-177/77-17 возбуждено в отношении АО «Дон-Строй Инвест» на основании заявления физического лица по факту распространения рекламы «ДОНСТРОЙ — СИМВОЛ И СЕРДЦЕ СТОЛИЦЫ!» на рекламном щите, расположенном на Профсоюзной улице, а именно: рядом с домом по адресу г. Москва, ул. Профсоюзная, д. 21, содержащей непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения.

Также по результатам плановой выездной проверки юридического лица от 02.06.2017 Актом № 8-18 выявлены следующие факты размещения ООО «Гэллери Сервис» рекламы «ДОНСТРОЙ — СИМВОЛ И СЕРДЦЕ СТОЛИЦЫ!», содержащие признаки нарушения Закона о рекламе:

641. реклама «Донстрой — символ и сердце столицы» (4379_ГС-16_29_147) — части 6 статьи 5 Закона о рекламе;

642. реклама «Донстрой — символ и сердце столицы» (4379_ГС-16_29_148) — части 6 статьи 5 Закона о рекламе;

643. реклама «Донстрой — символ и сердце столицы» (4379_ГС-16_29_151) — части 6 статьи 5 Закона о рекламе;

644. реклама «Донстрой — символ и сердце столицы» (4379_ГС-16_29_152) — части 6 статьи 5 Закона о рекламе;

645. реклама «Донстрой — символ и сердце столицы» (4379_ГС-16_29_156) — части 6 статьи 5 Закона о рекламе;

646. реклама «Донстрой — символ и сердце столицы» (4379_ГС-16_29_169) — части 6 статьи 5 Закона о рекламе;

647. реклама «Донстрой — символ и сердце столицы» (4379_ГС-16_35_178) — части 6 статьи 5 Закона о рекламе;

648. реклама «Донстрой — символ и сердце столицы» (4379_ГС-16_35_179) — части 6 статьи 5 Закона о рекламе;

682. реклама «Донстрой — символ и сердце столицы» (2016/Сентябрь/Донстрой/Donstroy_Simvol_serdce_5sec.avi) — части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

В рассматриваемой рекламе усматриваются признаки нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе, выразившегося в распространении рекламы, в которой использованы непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения.

Не установив оснований для отложения или приостановления рассмотрения дела, выслушав доводы сторон, оценив в совокупности и взаимосвязи представленные доказательства, применив нормы законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия Московского УФАС России приходит к следующим выводам.

АО «Дон-Строй Инвест» (адрес: 119590, г. Москва, ул. Мосфильмовская д. 70) является юридическим лицом, действующим на основании Устава, включено в Единый государственный реестр юридических лиц 17.10.2002 за основным государственным регистрационным номером 1027739404109, ИНН 7734234809, КПП 774501001.

На билбордах, размещенных на территории города Москвы распространялась информация со слоганом: «ДОНСТРОЙ — СИМВОЛ И СЕРДЦЕ СТОЛИЦЫ!».

Рассматриваемый макет выполнен в виде прямоугольника ярко-красного цвета, на котором крупным шрифтом выполнена вышеуказанная надпись. Над словами «Символ» и «Столицы» размещены мелкие звездочки. Ниже, гораздо более мелким шрифтом по сравнению с основной надписью, указано «Реклама ООО «КСС», ЗАО «Дон-Строй Инвест». Под звездочкой указано «Подробности проектной декларации на сайте www.donstroy.com». Также в нижней части макета мелким шрифтом перечислены названия различных жилых комплексов.

Согласно пункту 1 статьи 3 Закона о рекламе рекламой является информация, распространяемая 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.

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникшего по поводу реализации объекта рекламирования. Такой признак рекламной информации, как предназначенность для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указания о неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Реклама размещалась на рекламных поверхностях билбордов. Таким образом, установлено, что место и способ распространения рассматриваемой рекламы является общедоступным для неопределенного круга лиц потребителей рекламы. Каких-либо ограничений по территории его распространения и кругу лиц-потребителей рекламы, Комиссией Московского УФАС России не установлено.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Закона о рекламе объектом рекламирования является товар, средство 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.

В настоящем случае объектом рекламирования выступает АО «Дон-Строй Инвест».

Таким образом, спорная информация отвечает всем признакам рекламы, а именно: содержит объект рекламирования, распространялась неопределенному кругу лиц и, исходя из содержания, направлена на привлечение внимания

потребителей к объекту рекламирования, то есть, к застройщику АО «Дон-Строй Инвест» следовательно, является рекламой в понимании пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Согласно 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.

Вопрос отнесения рассматриваемой рекламы к непристойной и оскорбительной 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 прочих).

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения.

Вопрос о квалификации рассматриваемой информации в качестве рекламы, нарушающей часть 6 статьи 5 Закона о рекламе, был вынесен на Экспертный совет Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве по применению законодательства Российской Федерации о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции (далее — Экспертный совет).

В соответствии с Протоколом № 08-2/16 от 22.11.2016 перед Экспертным советом был поставлен вопрос о том, считают ли члены Экспертного совета, что данная реклама нарушает законодательство Российской Федерации о рекламе, в частности, является ли такая реклама непристойной или оскорбительной.

Участники Экспертного совета проголосовали следующим образом: 10 участников высказались о наличии признаков нарушения, а равно нарушения части 6 части 5 Закона о рекламе в спорной конструкции, 9 участников высказались об отсутствии признаков нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, 20 участника воздержались от голосования. Таким образом, более половины из высказавших мнение респондентов проголосовали за наличие признаков нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Кроме того, в соответствии с поручением руководителя на официальном сайте Московского УФАС России по адресу moscow.fas.gov.ru в период с 06.02.2017 по 22.02.2017 проводился опрос.

Перед аудиторией ставился следующий вопрос: «Считаете ли Вы непристойным или оскорбительным сравнение в рекламе компании Донстрой с

памятниками истории и культуры, а также иными символами Москвы?»).

В опросе приняло участие 184 человека.

Голоса распределились следующим образом:

за вариант «Да, считаю» было отдано 77 голосов (42%);

за вариант «Нет, не считаю» было отдано 107 голосов (58%).

Между тем для признания рекламы непристойной не требуется получения единогласного мнения. Достаточно установить факт наличия значительного количества людей, воспринимающих рекламу как непристойную, оскорбительную.

В соответствии с Письмом ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/15 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. К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

АО «Дон-Строй Инвест» пояснило, что использованный слоган не является непристойными и оскорбительными. Слова «Символ» и «Сердце Столицы» зарегистрированы в качестве товарных знаков по свидетельствам № 619325 и 535252 соответственно и служат в качестве названий жилищных комплексов, с подробностями о которых, в том числе проектными декларациями можно ознакомиться на сайте www.donstroy.com.

Между тем Комиссия не может согласиться с высказанным доводом. Из текста рекламного объявления «ДОНСТРОЙ — СИМВОЛ И СЕРДЦЕ СТОЛИЦЫ!» не представляется возможным сделать вывод о том, что слова «символ» и «сердце столицы» являются названиями жилых комплексов. А ссылка на официальный сайт выполнена мелким шрифтом, который не доступен для большинства лиц-потребителей рекламы, учитывая место размещения спорного макета.

Более того, даже если бы указанная в рекламе ссылка на сайт www.donstroy.com воспринималась бы потребителями, данное обстоятельство также не могло быть считаться соблюдением установленных требований Закона о рекламе.

Цель рекламы заключается в доведении до потребителя информации об объекте рекламирования, в том числе необходимую информацию в соответствии с законодательством Российской Федерации о рекламе.

Рекламодатель не может гарантировать доведение до потребителя всей необходимой информации, в частности, что каждое лицо, ознакомившись с рекламой, осуществит последующий поиск необходимой информации на приведенном сайте.

Таким образом, официальный сайт организации не может рассматриваться в совокупности с рекламой.

По мнению Комиссии Московского УФАС России, при оценке рекламы следует рассматривать в совокупности все составляющие части данной

рекламы (элементы: текст, изображение, размер шрифта и т.д.).

Оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя. В рассматриваемом случае единственным элементом рекламы является слоган «ДОНСТРОЙ — СИМВОЛ И СЕРДЦЕ СТОЛИЦЫ».

По правилам русского языка тире ставится между подлежащим и сказуемым, выраженным существительным в именительном падеже (без связки). Это правило чаще всего применяется, когда сказуемым определяется понятие, выраженное подлежащим. Таким образом, при буквальном толковании слогана «ДОНСТРОЙ — СИМВОЛ И СЕРДЦЕ СТОЛИЦЫ» следует, что АО «Дон-Строй Инвест» является символом и сердцем столицы.

Согласно статье 1 Закона г. Москвы от 11.06.2003 № 40 «О государственной и муниципальной символике в городе Москве» (далее также Закон г. Москвы Государственную символику города Москвы составляют: а) официальные государственные символы города Москвы; б) официальные государственные символы административных округов города Москвы (далее - административные округа); в) архитектурно-мемориальные символы города Москвы; г) словесные символы города Москвы.

В соответствии с частью 1 статьи 3 Закона г. Москвы официальными государственными символами города Москвы являются герб, флаг и гимн города Москвы.

В свою очередь, согласно статье 5 Закона г. Москвы архитектурно-мемориальными символами города Москвы являются изображения архитектурных, монументальных и исторических памятников города Москвы, содержащихся в перечне, утверждаемом указом Мэра Москвы.

В соответствии со статьей 6 Закона г. Москвы словесными символами города Москвы являются слово «Москва» и образованные на его основе слова и словосочетания (в том числе сокращения), слово «Зеленоград» и образованные на его основе слова и словосочетания, наименования районов города Москвы и образованные на их основе слова и словосочетания, кроме фамилий и имен собственных.

Доказательств того, что компания АО «Дон-Строй Инвест» относится к словесным, архитектурно-мемориальным или официальным символам Москвы, в материалы дела не представлено.

Таким образом, слоган «ДОНСТРОЙ — СИМВОЛ И СЕРДЦЕ СТОЛИЦЫ» нарушает нравственные нормы.

Резюмируя изложенное, при распространении рекламы застройщика АО «Дон-Строй Инвест» на билбордах на территории города Москвы установлено нарушение части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

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

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является изготовитель или продавец товара, либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Размещение спорной рекламы осуществлялось на основании следующих

договоров: договор на размещение рекламно-информационных материалов № 4379/ГС-16 от 25.03.2016 (далее также Договор), заключенного между ООО «Гэллэри Сервис» и ООО «Агентство Игроник», Договор № ДСИ-ДОСМК-685 от 01.04.2016, заключенный между ООО «Агентство Игроник» и АО «Дон-Строй Инвест» (далее также Договор 2).

В соответствии с пунктом 1.1 Договора ООО «Гэллэри Сервис» обязуется оказать ООО «Агентство Игроник» следующие услуги: размещение (демонстрация) РИМ ООО «Агентство Игроник» на рекламных поверхностях, указанных в приложениях к Договору; организацию изготовления РИМ ООО «Агентство Игроник», дополнительного монтажа (смены сюжета) РИМ, а также срочной доставки в соответствии с условиями Договора и приложений к нему; период размещения (демонстрация) РИМ, адреса расположения рекламных конструкций, на которых размещаются (демонстрируются) РИМ ООО «Агентство Игроник», основные условия дополнительного монтажа (смены сюжета) или изготовления РИМ, а также срочной доставки РИМ, определяются сторонами в соответствующих приложениях.

Согласно пункту 1.1 Договора 2 ООО «Агентство Игроник» обязуется оказать АО «Дон-Строй Инвест» услуги по организации размещения и демонстрации РИМ АО «Дон-Строй Инвест» на рекламных поверхностях.

В свою очередь согласно пункту 2.2.1.1 Договора 2 макет РИМ предоставляется исполнителю (ООО «Агентство Игроник») АО «Дон-Строй Инвест».

На основании изложенного Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу о том, что рекламодателем спорной рекламы является АО «Дон-Строй Инвест».

Рекламораспространитель, в частности ООО «Гэллэри Сервис», исходя из условий Договора, не осуществляет составление рекламных объявлений, не определяет их содержание.

Таким образом, рекламораспространитель не несет ответственности за нарушение рекламодателем части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Следовательно, лицом, ответственным за нарушение, предусмотренное частью 6 статьи 5 Закона о рекламе, является АО «Дон-Строй Инвест».

Таким образом, Комиссией Московского УФАС России в действиях АО «Дон-Строй Инвест» как рекламодателя спорной рекламы при распространении на билбордах в период рекламы «ДОНСТРОЙ — СИМВОЛ И СЕРДЦЕ СТОЛИЦЫ» установлено нарушение части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Согласно пункту 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение рекламы, в которой отсутствуют непристойные и оскорбительные образы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Согласно материалам дела рассматриваемая реклама более не распространяется.

На основании изложенного, Комиссия Московского УФАС России приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи АО «Дон-Строй Инвест» предписания о прекращении (недопущении дальнейшего) нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать АО «Дон-Строй Инвест» нарушившим требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе в связи с распространением на билбордах на территории города Москвы ненадлежащей рекламы «ДОНСТРОЙ — СИМВОЛ И СЕРДЦЕ СТОЛИЦЫ».

2. Не выдавать АО «Дон-Строй Инвест» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Заместитель руководителя

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>

<...>