

ИП В.В. Беганскому  
Джинсовый магазин «Шериф»

<...>

## РЕШЕНИЕ № 380

«29» марта 2012 года

г. Красноярск

Резолютивная часть решение оглашена 29.03.2012.

В полном объеме решение изготовлено 29.03.2012.

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – заместитель руководителя управления - Харченко О.П., члены Комиссии: Вшивкова Н.В. –государственный инспектор, Щербакова Л.Е. – старший государственный инспектор, рассмотрев дело № 380 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту распространения ИП Беганским В.В. <...> рекламы, содержащей признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее – Федеральный закон «О рекламе»), в присутствии представителя ИП Беганского В.В. по доверенности от 28.11.2011 б/н Т<..> ,

### УСТАНОВИЛА:

В адрес управления поступило обращение от 23.11.2011 <..> о нарушении Федерального закона «О рекламе». В обращении <...> изложено следующее. На улице Вейнбаума, 80, расположен магазин «Шериф». В окнах магазина «Шериф» установлены мониторы телевизоров, транслирующие рекламные ролики. В рекламе задействованы различные девушки в джинсах и нижнем белье, которые демонстрировали обнаженные части тела.

В ходе анализа предоставленных материалов установлено следующее.

На улице Вейнбаума, 80, расположен магазин «Шериф», осуществляющий реализацию товаров, в том числе джинсовой одежды. В окнах указанного магазина установлены мониторы, транслирующие рекламные ролики товаров. В ходе просмотра представленных видео роликов установлено, что различные девушки демонстрировали джинсы и нижнее белье при этом оголяя свои части тела (далее — Реклама).

По данному факту Красноярским УФАС России в отношении ИП Беганского В.В., являющегося в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем рассматриваемой Рекламы, было возбуждено дело № 380 по признакам нарушения части 5 статьи 6 Федерального закона «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела, исследовав его материалы, Комиссией установлены следующие обстоятельства.

ИП Беганский В.В. зарегистрирован в Едином государственном реестре юридических лиц Межрайонной ИФНС № 23 по Красноярскому краю за основным государственным регистрационным номером <...>.

Исходя из объяснений ИП Беганского В.В. следует, что рекламный материал транслируемый на экранах, установленных в окнах магазина «Шериф», расположенного по адресу: г. Красноярск, пр. Мира, 80 изготовлен индивидуальным предпринимателем.

Таким образом, из материалов дела установлено, что рекламодателем рассматриваемой Рекламы является ИП Беганский В.В.

Также в материалах дела имеется приказ от 04.09.2011 № 12 о вещании видеозаписи рекламы на экранах окон магазина «Шериф», расположенного по адресу: г. Красноярск, пр. Мира, 80.

В ходе рассмотрения дела № 380 Комиссией Красноярского УФАС России было принято решение о приостановлении производства по делу № 380.

Поскольку вопрос о степени пристойности и оскорбительности, используемых в Рекламе образов, носит оценочный характер Комиссией Красноярского УФАС России было принято решение о необходимости получения заключения экспертов. В связи с чем, данный вопрос был включен в повестку заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Красноярском УФАС России.

Согласно пункту 2.1 части 2 Положения об Экспертном совете по применению законодательства о рекламе при Красноярском УФАС России, утвержденного Приказом Красноярского УФАС России от 23.06.2006 № 238 (далее- Экспертный совет), основными задачами Экспертного совета 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 законодательства о рекламе.

Членами Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Красноярском УФАС России 06 марта 2012 года принято решение о том, что рассматриваемая Реклама содержит непристойные и оскорбительные образы.

По мнению членов Экспертного совета по рекламе, подобного рода реклама влияет на различные возрастные и социальные группы, негативно формируя образ женщины в незрелом сознании подростков и молодежи, нарушает морально-этические нормы общества, попирая неотчуждаемые этические категории достоинства и чести.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» потребителями рекламы являются лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама.

Согласно пункту 1 статьей 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - это 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.

Рассматриваемая Реклама, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, указанному в Рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 5 Федерального 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.

В соответствии с письмом ФАС России от 29.11.2010 № АК/41964 к оскорбительным образам, сравнениям и выражениям относятся слова и изображения, которые, в том числе, 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, место проживания и прочее).

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

На основании вышеизложенного, Комиссия Красноярского УФАС России установила, что рассматриваемая Реклама нарушает требования части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» и является ненадлежащей.

На основании части 6 статьи 38 Федерального Закона «О рекламе» ответственность за нарушение законодательства о рекламе в части нарушения части 6 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» несет рекламоатель.

В силу статьи 3 Федерального Закона «О рекламе» рекламоателем указанной Рекламы является ИП Беганский В.В. (660049, г. Красноярск, пр. Мира, 80).

На момент рассмотрения дела Комиссия Красноярского УФАС России не располагала информацией, подтверждающей тот факт, что нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» ИП Беганским В.В. устранены.

На основании изложенного, руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 30, 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей Рекламу, распространенную ИП Беганским В.В. (660049, г. Красноярск, пр. Мира, 80), поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе».

2. В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдать ИП Беганскому В.В., предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Красноярского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

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

Председатель Комиссии

О.П. Харченко

Члены Комиссии

Н.В. Вшивкова

Л.Е. Щербакова

Вшивкова Наталья Владимировна

211-18-30

ИП В.В. Беганскому  
Джинсовый магазин «Шериф»

<...>

ПРЕДПИСАНИЕ № 380 О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

29 марта 2012 года

г. Красноярск

Комиссия Красноярского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председатель Комиссии – заместитель руководителя управления – начальник аналитического отдела, Харченко О.П., члены Комиссии: Вшивкова Н.В., государственный инспектор, Щербакова Л.Е., старший государственный инспектор, на основании своего решения от 29 марта 2012 года по делу № 380 о признании ненадлежащей

рекламы, распространяемой ИП Беганским В.В. <...> и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального Закона №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ИП Беганскому В.В.<...> в течение 10 дней с момента получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение Рекламы, содержащей нарушение части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. ИП Беганскому В.В. <...>) представить в течение 5 дней с момента исполнения пункта 1 настоящего предписания в Красноярское УФАС России доказательства прекращения нарушения законодательства о рекламе Российской Федерации.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Красноярское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от пяти тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц – от двухсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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



Вшивкова Наталья Владимировна

211-18-30

- [4. reshenie.doc](#)
- [predpisanie.doc](#)