

## РЕШЕНИЕ

### по делу № 27

12 июля 2011 г.

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства о рекламе, рассмотрев дело № 27, возбужденное в отношении ООО «Армада» на основании заявления НП ДПЦ «Родительский комитет» с жалобой на распространение ООО «Армада» рекламы массажного салона «Паприка» содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### УСТАНОВИЛА:

Дело № 27 по признакам нарушения законодательства о рекламе было возбуждено в отношении ООО «Армада» определением от 07.04.2011 на основании заявления НП ДПЦ «Родительский комитет» (вх. № 01-2597 от 03.03.2011) с жалобой на распространение ненадлежащей рекламы массажного салона «Паприка».

Рассмотрение дела было назначено на 10.05.2011 (исх. № 3159 от 07.04.2011) и неоднократно откладывалось: определением от 10.05.2011 – на 07.06.2011, определением от 07.06.2011 – на 12.07.2011.

Определением об отложении рассмотрения дела № 27 от 07.06.2011 к участию в деле в качестве заинтересованного лица было привлечено ООО «АПР-Сити/ТВД».

НП ДПЦ «Родительский комитет» в своем заявлении указывает: в г. Екатеринбурге на ул. Малышева, 145 и ул. Р. Люксембург – Куйбышева распространяется наружная реклама услуг массажных салонов «Паприка», на которой изображены две обнимающиеся обнаженные девушки. В данной рекламе присутствуют признаки нарушения ч.6 ст.5 ФЗ «О рекламе», поскольку данное изображение, использованное в рекламе, носит похотливый характер.

В обоснование своей позиции НП ДПЦ «Родительский комитет» представил (вх. № 01-7617 от 25.05.2011; вх. № 01-7825 от 30.05.2011) материалы, подтверждающие, что реклама массажного салона «Паприка» воспринимается гражданами (Вето Е.В., Баймуратова У.С., Каталкина Е.А., Нечаева Л., Митрофанова М.Н., Фролова Е.А., Бабичев Г.Г., Карпова Л.В., Мартынова Л., Анюшина Е.В., Морева К.К., Щуряков А.С., Капорин В.Е., Кузнецов Е.А.) как неэтичная, содержащая непристойные и оскорбительные образы. Представитель заявителя пояснил, что письменные объяснения, представленные в материалы дела, взяты как у членов НП ДПЦ «Родительский комитет», так и у лиц, не входящих в комитет.

Для установления лица, являющегося рекламодателем рекламы массажного салона «Паприка» Управлением направлен запрос ООО «АПР-Сити/ТВД», в ответ на

который рекламодатель представил договор (вх. №01-4407 от 04.04.2011) на распространение указанной рекламы, заключенный с ООО «Армада» (620085, г. Екатеринбург, ул. Сухоложская, 5 – 15). В дополнение к письменному объяснению ООО «АПР-Сити/ТВД» сообщило (вх. № 01-9616 от 04.07.2011), что ООО «Армада» услуги по договору на распространение рекламы оплатило лишь частично. Причем на протяжении всего периода размещения рекламы, оплата была осуществлена со счета третьего лица – ООО «ТоргМаш» (платежное поручение № 26 от 22.02.2011). Также в письменных объяснениях ООО «АПР-Сити/ТВД» сообщило, что период размещения рекламы: февраль – май 2011 г., в подтверждение чего представлены копии фотоотчетов о размещении постеров ООО «Армада» за данный период. Согласно приложению к договору оказания услуг № 1225\_EKTVD от 29.11.2010, заключенному между ООО «Армада» и ООО АПР-Сити/ТВД», плановыми периодами размещения рекламных постеров по адресу ул. Малышева, 145 являются с 01.02.2011 по 28.02.2011 и с 01.03.2011 по 31.12.2011, а по адресу ул. Р. Люксембург, 56: с 01.02.2011 по 28.02.2011 и с 01.03.2011 по 31.12.2011.

Ответчик ООО «Армада» ни на одно из заседаний Комиссии не явился, запрошенных сведений не представил.

Рассмотрев представленные материалы, заслушав мнение заявителя, Комиссия Свердловского УФАС России приходит к следующим выводам:

Целями ФЗ «О рекламе» являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (ст. 1 ФЗ от 13.03.2006 №38-ФЗ «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 (п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

В соответствии с ч. 6 ст. 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.

Согласно «Толковому словарю русского языка» под ред. С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой, «непристойный» - неприличный, бесстыдный. «Неприличный» - противоречащий правилам приличия. «Приличие» - правило поведения, вежливость, благопристойность. «Бесстыдный» - лишенный чувства стыда, противоречащий общественной морали, непристойный. «Оскорбительный» - содержащий оскорбление, оскорбляющий. «Оскорбление» - от «оскорбить», оскорбляющий поступок, оскорбляющие слова. «Оскорбить» - тяжело обидеть,

унизить. «Унизить» - оскорбить чье-либо достоинство.

Использование в рекламе образов полуобнаженных девушек направлено на привлечение внимания к объекту рекламирования – массажному салону, при этом само изображение воспринимается потребителями в качестве непристойного.

В г. Екатеринбурге по адресу: ул. Малышева, 145 и ул. Р. Люксембург – Куйбышева была распространена наружная реклама массажных салонов «Паприка». На ней изображены две обнимающиеся полуобнаженные девушки, их тела между собой связывает лента из материи. Руки каждой из них лежат на ягодицах другой. Справа от указанного изображения надпись «Массажный салон Паприка», под которой изображен стручок острого красного перца.

Изображение и открытая демонстрация обнаженного тела нарушают традиционно сложившиеся в обществе нравственные нормы, так как в российском обществе не существует традиций демонстрации обнаженного тела, кроме того, такая демонстрация является неприличной и оскорбительной для определенной группы потребителей.

Показателем того, является ли тот или иной образ непристойным и оскорбительным для его адресатов, являются сами эти адресаты, их восприятие, чувства. В данном случае часть потребителей рекламы возмущена обращенной к ним рекламой.

Указанное изображение, воспринимаемое потребителями как непристойный образ, используется в рассматриваемом случае в наружной рекламе – информации, адресованной неопределенному кругу лиц.

Данная реклама размещена в публичном месте, доступ к ней имеют широкий круг лиц, в том числе и дети, кроме того, поскольку визуальное восприятие (зрение) не является избирательным, постольку потребителям данной рекламы, которыми данное изображение воспринимается как непристойный образ, невозможно не видеть данную рекламу.

Данный образ оскорбляет окружающих фактом своего публичного применения, которое не допускается в российском обществе, противоречит сложившимся в обществе правилам поведения, умаляет достоинство адресатов рекламы – неопределенного круга ее потребителей.

Конституция Российской Федерации гарантирует соблюдение всех прав и свобод человека и гражданина, в частности в соответствии со статьей 21 Основного закона «достоинство личности охраняется государством. Ничто не может быть основанием для его умаления».

Кроме того, в п. 3 ст. 17 Конституции Российской Федерации говорится об осуществлении прав и свобод человека и гражданина, а данная реклама напрямую затрагивает права и свободы человека и гражданина.

Указанная реклама распространялась массажным салоном «Паприка» (г. Екатеринбург, ул. Воеводина, 6) на рекламных конструкциях в общедоступном месте – центре города, и, как следует из представленных заявителем материалов дела, затрагивала личные неимущественные права неопределенного круга лиц.

Как следует из объяснений ООО «АПП-Сити/ТВД», фактически данная реклама

размещалась по адресам ул. Малышева, 145 и ул. Р. Люксембург, 56 в период с февраля по май 2011 г., вместе с тем ООО «АПР-Сити/ТВД» не смогло представить материалы, подтверждающие прекращение распространения спорной рекламы по состоянию на июль 2011 г.

На основании вышеизложенного, с учетом мнения заявителей и представленных ими письменных мнений потребителей рекламы, изображение, используемое в рекламе массажного салона «Паприка», размещенное по адресу: г. Екатеринбург, ул. Малышева, 145 и ул. Р. Люксембург – Куйбышева является непристойным и оскорбительным образом, то есть нарушает требования ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Ответственность за нарушение требований ч.6 ст.5 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель (ч.6 ст.38 ФЗ «О рекламе»).

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5 ст.3 ФЗ «О рекламе»).

Рекламодателем данной рекламы является ООО «Армада».

В соответствии с п.7 ч.2 ст.33 ФЗ «О рекламе» Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

За нарушение рекламного законодательства ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

Согласно п.43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утвержденных Постановлением Правительства РФ №508 от 17.08.2006) дата изготовления решения в полном объеме считается датой принятия решения.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст.14.3 КоАП РФ.

Согласно п.1 ч.1 ст.28.1.КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

На основании изложенного, руководствуясь ст. ст. 33 - 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с п. 37 – 43 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе», утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508, Комиссия

## РЕШИЛА:

1. Признать наружную рекламу массажного салона «Паприка», в которой использовалось изображение двух обнимающихся полуобнаженных девушек, размещенную в период с февраля по май 2011 г. на рекламных конструкциях по адресу: г. Екатеринбург, ул. Малышева, 145 и ул. Р. Люксембург – Куйбышева, ненадлежащей, поскольку в ней нарушено требование ч.6 ст.5 ФЗ «О рекламе», что выразилось в использовании в рекламе непристойного и оскорбительного образа.
2. Выдать ООО «Армада» и ООО «АПр-Сити/ТВД» предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства путем внесения соответствующих изменений в содержание рекламы либо иным путем, обеспечивающим соблюдение требований Федерального закона «О рекламе».
3. Законному представителю ООО «Армада» (ст. 25.4 КоАП РФ – законными представителями юридического лица в соответствии с настоящим Кодексом являются его руководитель, а также иное лицо, признанное в соответствии с законом или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 318) **26 августа 2011 года в 10 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

### **ПРЕДПИСАНИЕ О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ**

12 июля 2011 года

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушениях законодательства Российской Федерации о рекламе на основании Решения от 12 июля 2011 г. по делу № 27 о признании рекламы массажного салона «Паприка» ненадлежащей, как нарушающей требования ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе» (в рекламе используется непристойный и оскорбительный образ) и в соответствии с ч. 1 п. 2 ст. 33, ч. 1 и ч. 3 ст. 36 ФЗ «О рекламе», п. 44, п. 45 «Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по нарушениям законодательства Российской Федерации о рекламе», утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006г. № 508,

## ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «Армада» и ООО «АПР-Сити/ТВД» в срок до 22 августа 2011 г. прекратить нарушение рекламного законодательства путем внесения соответствующих изменений в содержание рекламы либо иным путем, обеспечивающим соблюдение требований Федерального закона «О рекламе».
2. ООО «Армада» и ООО «АПР-Сити/ТВД» представить в Свердловское УФАС России доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания срок до 26 августа 2011 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе ФАС России (территориальный орган ФАС России) вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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