

<...>

Заявителю

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ №022/05/5-12/2023

Решение принято 31 января 2023 года

Решение изготовлено в полном объеме 01 февраля 2023 года г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

председатель Комиссии:

<...> – заместитель руководителя управления,

члены Комиссии:

<...> – начальник отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело №022/05/5-12/2023 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбужденное по факту распространения в витрине магазина товаров для взрослых рекламы БДСМ-атрибутики, в чем усматриваются признаки нарушения ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»,

с участием посредством видео-конференц-связи заявителя – <...>

с участием лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рекламодателя индивидуального предпринимателя <...> (ИНН 220504455943) и представителя <...>

УСТАНОВИЛА:

19.12.2022 в Алтайское краевое УФАС России поступило заявление гражданина РФ (направлено по подведомственности Уполномоченным по правам ребенка в Алтайском крае, вхд. №2212645) о факте размещения в торговом центре «Европа» (г.Барнаул, Павловский тракт, 251В) в витрине магазина товаров для взрослых «Штучки-дрючки» непристойной рекламы с признаками нарушения Федерального закона «О рекламе».

Заявителем представлены фотографии витрин магазина «Штучки-дрючки», подтверждающие факт размещения в витрине манекена в одежде с атрибутикой БДСМ направления, а также размещена мягкая игрушка – медведь в маске и наручниках. Заявитель считает, что место нахождения данного магазина – в торговом центре «Европа», рядом с фудкортом, кинотеатром и детской развлекательной зоной и размещение указанных манекена и мягкой игрушки в витрине магазина, всё это не только не направлено на создание здоровой ячейки общества с гармоничными традиционными отношениями, но и пропагандирует

нездоровые отношения и направлено на растление молодого поколения.

11.01.2023г. в отношении ИП <...> возбуждено дело по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе №022/05/5-12/2023, рассмотрение дела назначено на 31.01.2023г.

На заседании, состоявшемся 31.01.2023г., заявитель поддержал доводы, изложенные в заявлении.

Представитель <...> и ИП <...> пояснили, что не согласны с заявлением. Молодое поколение не является целевой аудиторией магазина, в своей деятельности ИП <...> соблюдает требования законодательства. Магазин не использует эротических или порнографических изображений. В целом деятельность направлена на гармонизацию отношений. Деятельность осуществляется на основании договора франчайзинга, рекламные кампании и оформление магазина согласовываются с правообладателем. Однако, в данном случае, реклама БДСМ-атрибутики в витрине не согласовывалась. В настоящее время из витрины магазина убрали манекен и мягкую игрушку.

Комиссия, заслушав пояснения сторон, изучив имеющиеся материалы дела, дав им оценку, установила следующее.

В соответствии со ст.3 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», под рекламой понимается 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 поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно п.2 ст.3 Федерального закона «О рекламе», объект рекламирования – это товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Размещение товаров в витрине имеет прямое воздействие на потребителя непосредственно в месте продажи. Так, каждый человек, увидевший витрину и заинтересовавшийся выставленным товаром или описанным рекламным предложением, имеет возможность сразу посетить торговую точку или предприятие.

Витрина магазина имеет следующую функциональную направленность: информирует о наличии товара, показывает качества (внешний вид) и стоимость (ценник) этого товара.

Размещение в витрине на манекене товара соответствует законодательному определению понятия «реклама», закрепленному в статье 3 Федерального закона «О рекламе». Такая демонстрация адресована неопределенному кругу лиц, так как размещается в открытом доступе посетителей торгового центра «Европа», направлена на привлечение внимания к товарам БДСМ-тематики магазина «Штучки-дрючки».

Согласно 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.

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, образы 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, места проживания и прочее).

При решении вопроса о соответствии той или иной рекламной информации требованиям ч. 6 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» такую информацию следует оценивать в совокупности с обстоятельствами ее размещения.

Согласно данным, размещенным в информационно-коммуникационной сети Интернет, БДСМ (Бандаж, Дисциплина, Доминирование, Садизм, Подчинение, Мазохизм) относится к отдельной субкультуре со своими ролями, специальной одеждой, атрибутикой и обстановкой. В основе лежит несколько важных принципов: безопасность, разумность и добровольность. БДСМ включает различные правила и ограничения, которые касаются взаимодействия между людьми с целью удовлетворения интимных потребностей.

Таким образом, размещение в витрине магазина товаров, относящихся к БДСМ-атрибутике, которые в целом относятся к теме интимных отношений, и в частности, к отдельной субкультуре, а также учитывая место, где находится магазин - в торговом центре, недалеко от детской игровой зоны, является рекламой с использованием непристойных и оскорбительных образов, что нарушает требование ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Следовательно, рассматриваемая реклама товаров магазина «Штучки-дрючки», относящихся к БДСМ-атрибутике, является ненадлежащей, так как содержит нарушение ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требования ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее

объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

На запрос антимонопольного органа арендодателем ООО «Олимп» (ТЦ «Европа») представлен договор аренды помещения, занимаемого под магазин товаров для взрослых «Штучки-дрючки», заключенный с ИП <...> Следовательно, рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП<...>

Рекламодателем ИП <...> представлена в материалы дела фотография витрины магазина «Штучки-дрючки», подтверждающая факт прекращения размещения в витрине манекена с БДСМ-атрибутикой и мягкой игрушки медведя в наручниках.

Согласно п.54 Правил, добровольное устранение лицом (лицами) совершенного нарушения является основанием для антимонопольного органа не выдавать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного и руководствуясь п.1 ч.2 ст.33, ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п.42-48, 54 Правил, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу БДСМ-атрибутики в витрине магазина «Штучки-дрючки» в торговом центре «Европа» (г.Барнаул, Павловский тракт, 251В), ненадлежащей, поскольку при ее размещении нарушено требование ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения не выдавать в связи с нецелесообразностью.

Решение Комиссии может быть обжаловано в арбитражный суд в трех месячный срок со дня вынесения.

Председатель Комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>