

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания

по делу № 06-100/15

об административном правонарушении

Резолютивная часть оглашена «09» сентября 2015 г.

В полном объеме изготовлено «10» сентября 2015 г.

г.

Новосибирск

Я, заместитель руководителя - начальник отдела рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Новосибирской области Т.В. Лопаткина, рассмотрев протокол № 06-100/15 от «04» августа 2015 г. об административном правонарушении и материалы административного дела, возбужденного в отношении Общества с ограниченной ответственностью «Макси-Трэвел» (адрес: 633011, Новосибирская область, г. Бердск, ул. Морская, д. 26, ОГРН 1065407004156 дата присвоения 30.01.2006 г., ИНН 5407011943), по части 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях (далее — КоАП РФ), руководствуясь пунктом 1 части 1 статьи 29.4 КоАП РФ,

в присутствии директора ООО «Макси-Трэвел» «...» (Выписка из ЕГРЮЛ),

### УСТАНОВИЛ:

15.04.2015 г. в адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление физического лица (вх. № 2675э) по факту размещения напротив общеобразовательной школы № 10 в г. Бердске рекламной информации, с признаками нарушения Закона о рекламе).

По мнению заявителя, указанная реклама является аморальной, поскольку на баннере изображена нижняя часть женского тела в нижнем белье.

Заявителем представлено фотоизображение рекламной информации.

Комиссией Новосибирского УФАС России установлено следующее.

Напротив здания средней общеобразовательной школы № 10 «Пересвет» (адрес: г. Бердск ул. Ленина, д. 13), вблизи строения (адрес: г. Бердск, Красная Сибирь, д. 2А), на рекламной конструкции стабильного территориального размещения указана информация следующего содержания:

«А вы готовы к сезону бикини? Аппаратная косметология \_ Антицеллюлитный массаж \_ Водные процедуры (гидромассаж, душ «шарко») \_ Тренажерный ЗАО \_ Солярий \_ ул. Морская, 26, «...»\_ CRONA\_ [www.cronahotel.ru](http://www.cronahotel.ru)», с изображением нижней части корпуса девушки в бикини, у которой часть большого пальца кисти руки расположена между телом и предметом одежды (Акт фиксации информации от 16.04.2015 г.).

В соответствии с ч.1 ст. 3 Закона 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;

объект рекламирования - товар, средства 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.

Рассматриваемая информация направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объекту рекламирования - организации под наименованием «CRONA», оказывающей бытовые услуги населению, в том числе массажные, тренажерного зала, направленные на достижение положительного эффекта в области красоты тела (солярий, аппаратная косметология, водные процедуры), самим указанным услугам, что в полной мере соответствует понятию «реклама».

Согласно ч. 6 ст. 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.

В ч.6 ст.5 Закона о рекламе (как и в других законодательных актах) не указан перечень образов, которые могут считаться оскорбительными и непристойными.

С целью получения оценки рассматриваемого изображения, Новосибирским УФАС России на официальном сайте антимонопольного органа <http://novosibirsk.fas.gov.ru/> в период с 02.06.2015 г. по 06.06.2015 г. был произведен опрос посетителей сайта.

Для опроса было предложено ознакомиться с рассматриваемой рекламной информацией, указать возраст, пол, опрашиваемого участника и ответить на предложенные вопросы: 1) считаете ли Вы используемый в рекламе образ, изображенный на рисунке, непристойным?; 2) считаете ли Вы используемый в рекламе образ, изображенный на рисунке, оскорбительным?; 3) считаете ли Вы уместным размещение данной рекламы вблизи образовательного учреждения (школы)?

Согласно Сводке опроса, за указанный период в опросе приняло участие 1168 участников, в возрасте 18-25 лет – 250 участников (21,4%), 26-35 лет – 584 участника (50%), 36-45 лет – 216 участников (18,5%), 46-60 лет – 107 участников (9,2%); от 61 года – 11 участников (0,9%).

При этом, 560 опрошенных составили женщины (47,9%), 608 – мужчины (52,1%).

Считают используемый в рекламе образ непристойным – 477 опрошенных (40,8%), «нет» ответило 669 (57,3%) опрошенных лиц.

Считают используемый в рекламе образ оскорбительным – 243 опрошенных

(20,8%), «нет» ответило 874 опрошенных (74,8%).

Считают неуместным размещение такой рекламы вблизи образовательного учреждения (школы) – 682 опрошенных (58,4%), «да» ответило 408 опрошенных (34,9%).

Согласно Большому толковому словарю русского языка, «непристойный - предосудительный, крайне неприличный, т.е. не соответствующий, противоречащий правилам приличия, хорошего тона».

Комиссия при оценке соответствия рекламы требованиям законодательства о рекламе учитывает совокупность всех элементов зрительного воздействия, привлекающих внимание потребителей указанной рекламы, включая сведения об организации, о рекламируемых услугах, образ, используемый в рекламе.

Используемый зрительный образ девушки в свою очередь воспринимается с учетом акцента на определенной части женского тела, размера изображения корпуса по отношению к прочей информации, степени обнажения, особенностей расположения кисти руки и производимого жеста.

Также учитывается факт размещения рекламы в публичном месте большой проходимости, напротив здания средней общеобразовательной школы № 10 «Пересвет» (адрес: г. Бердск ул. Ленина, д. 13), вблизи строения (адрес: г. Бердск, Красная Сибирь, д. 2А), на рекламной конструкции стабильного территориального размещения.

Таким образом, рассматриваемая реклама содержит женский образ, который содержит элементы непристойности и является недопустимым с учетом для размещения в непосредственном доступе для несовершеннолетних, т.е. вблизи образовательного учреждения (школы).

Данные обстоятельства указывают на нарушение ч.6 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с ч.6 ст.38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение ч.3 ст.5 указанного Закона несет рекламодаделец, т.е. изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

На запрос Новосибирского УФАС России (исх. № 06-4249 от 24.04.2015 г.), Администрацией г. Бердска был представлен ответ (вх. № 4643 от 18.05.2015 г.), согласно которому собственником рассматриваемой конструкции стабильного территориального размещения является ООО «Русские пироги» на основании выданного Разрешения № 103-14о на установку и эксплуатацию рекламной конструкции от 17.10.2014 г.

Согласно пояснениям ООО «Русские пироги» (вх. № 5107 от 01.06.2015 г.), Общество передало указанную конструкцию ООО «Макси-Трэвел» во временное владение и пользование по Договору аренды от 01.11.2014 г.

По условиям Договора аренды от 01.11.2014 г., арендодатель (ООО «Русские пироги») предоставляет арендатору (ООО «Макси-Трэвел») во временное владение и пользование, а арендатор обязуется принять и оплатить на условиях данного договора металлоконструкцию размером 3 х 6 м., расположенной по

адресу: г. Бердск, Красная Сибирь, д. 2А.

П. 1.3 указанного договора установлено, что арендатор несет ответственность за содержание информации, размещенной на рекламной конструкции.

На рассмотрение дела Комиссией Новосибирского УФАС России Обществом представлен отзыв, согласно которому ООО «Макси-Трэвел» среди прочих осуществляет такие виды деятельности как: санаторно-курортное лечение, включающее в себя лечебные и профилактические процедуры, а также процедуры по уходу за лицом и телом. Указанные виды деятельности осуществляются на базе отеля CRONA Medical&SPA.

В целях привлечения внимания к спектру услуг, осуществляемых на базе отеля «CRONA Medical&SPA», формирования и поддержания интереса к нему и его продвижения на рынке - руководителем отдела продаж ООО «Макси-трэвел», Пасечник Татьяной Александровной, ответственным за рекламную деятельность (согласно Должностной инструкции от 03.09.2015 г.) был разработан эскиз рекламного баннера, следующего содержания:

«А вы готовы к сезону бикини? Аппаратная. косметология \_ Антицеллюлитный массаж \_ Водные процедуры (гидромассаж, душ «шарко») \_ Тренажерный зал \_ Солярий \_ул. Морская, 26, «...»\_CRONA\_www.cronahotel.ru», с изображением части женского тела.

Впоследствии, 14.04.2015 г. указанная рекламная информация была размещена на рекламной конструкции по адресу: г. Бердск, ул. Красная Сибирь 2А.

По мнению Общества, оценка аморальности изображенной части женского тела носит субъективный характер. При изготовлении эскиза рекламного баннера, а именно изображении на нем части женского тела Обществом преследовалась цель формирования культа красоты и женственности, кроме того изображение стройного подтянутого тела, свидетельствует о ведении здорового образа жизни его обладательницей, данные цели не противоречат требованиям части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

ООО «Макси-трэвел» не предвидело, что указанная реклама вызовет возмущения граждан, более того, что кто-то сочтет ее аморальной и нарушающей Закон о рекламе. После того, как Обществу стало известно о том, что часть граждан считает рекламу ненадлежащей, немедленно (16.04.2015г.) был произведен демонтаж рекламной информации с вышеописанным текстом и изображением, что подтверждается Актом приема-передачи выполненных работ №179. В общей сложности, реклама находилась на рекламной конструкции в течении 2 (двух) дней.

Комиссия Новосибирского УФАС России, принимая данные доводы Общества, приходит к выводу, что рекламодателем рассматриваемой рекламной информации, в чьих действиях содержится нарушение ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе является ООО «Макси-Трэвел» (адрес: 633011 Новосибирская область, г. Бердск, ул. Морская, д. 26, ОГРН 1065407004156 дата присвоения 30.01.2006 г., ИНН 5407011943).

Согласно п.4 ст. 3 Закона о рекламе, ненадлежащая реклама - реклама, не

соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации. Ненадлежащая реклама не допускается.

Решением Комиссии Новосибирского УФАС России ООО «Макси-Трэвел» от 29.07.2015 г. признано нарушившим требования ч. 6 ст. 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,

а информация, размещенная в апреле 2015 г. напротив здания средней общеобразовательной школы № 10 «Пересвет» (адрес: г. Бердск ул. Ленина, д. 13), вблизи строения (адрес: г. Бердск, Красная Сибирь, д. 2А), на рекламной конструкции стабильного территориального размещения следующего содержания:

«А вы готовы к сезону бикини? Аппаратная косметология \_ Антицеллюлитный массаж \_ Водные процедуры (гидромассаж, душ «шарко») \_ Тренажерный зал \_ Солярий \_ ул. Морская, 26, 287-10-10 \_ CRONA\_ [www.cronahotel.ru](http://www.cronahotel.ru)», с изображением нижней части корпуса девушки в бикини, у которой часть большого пальца кисти руки расположен в части предмета одежды, ненадлежащей рекламой.

Согласно ч. 4 ст. 38 Закона о рекламе, нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с [ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВОМ](#) Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ч.1 ст. 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, нарушение рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Время совершения административного правонарушения – апрель 2015 г.

Место совершения административного правонарушения – Новосибирская область, г. Бердск.

Согласно пояснениям к Протоколу № 06-100/15 об административном правонарушении от 04.08.2015 г. представителя ООО «Макси-Трэвел» Клещевой М.М., Общество не преследовало цель использовать в рекламе непристойные и оскорбительные образы. С помощью изображения на баннере стройной и подтянутой девушки Общество хотело побудить граждан к занятию спортом и ведению здорового образа жизни. Так же Общество указывает, что согласно сводке опроса, размещенного на официальном сайте антимонопольного органа, большинство участников опроса ответили, что не считают рекламу непристойной и оскорбительной, а, следовательно, нельзя признать ее таковой.

С учетом изложенного, представитель ООО «Макси-Трэвел» считает, что Общество должно быть освобождено от административной ответственности на основании ст. 2.9 КоАП РФ.

Также представитель указал, что рассматриваемая реклама была демонтирована 16.04.2015 г.

На рассмотрении административного дела представитель Общества не согласилась с наличием нарушения, приведя в пример иную рекламную информацию, свободно распространяющуюся по городу.

Должностное лицо Новосибирского УФАС России, рассмотрев указанные доводы Общества, приходит к выводу, что они противоречат фактическим обстоятельствам.

Согласно Письму ФАС России от 29.04.2013 г. № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе», 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 этом, 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.

Кроме того, при решении вопроса о соответствии той или иной рекламной информации требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" такую информацию следует оценивать в совокупности с обстоятельствами ее размещения (например, место расположения рекламной конструкции с учетом близости к учреждениям культуры, объектам культа, кладбищам и т.п.).

Согласно части 18 Постановления Пленума ВАС РФ от 2 июня 2004 г. N 10 при квалификации правонарушения в качестве малозначительного судам необходимо исходить из оценки конкретных обстоятельств его совершения. Малозначительность правонарушения имеет место при отсутствии существенной угрозы охраняемым общественным отношениям. Такие обстоятельства, как, например, личность и имущественное положение привлекаемого к ответственности лица, добровольное устранение последствий правонарушения, возмещение причиненного ущерба, не являются обстоятельствами, свидетельствующими о малозначительности правонарушения. Данные обстоятельства в силу частей 2 и 3 статьи 4.1 КоАП РФ учитываются при назначении административного наказания.

Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях и производится с учетом положений пункта 18 настоящего Постановления применительно к обстоятельствам конкретного совершенного лицом деяния.

Должностным лицом каких-либо исключительных обстоятельств, позволяющих отнести нарушение к малозначительным, не усматривается.

Материалами данного дела установлено, что у ООО «Макси-Трэвел» имелась возможность для недопущения указанного нарушения.

Приведенные представителем примеры свободного распространения в г.Бердске аналогичной по признакам возможного нарушения рекламы иных рекламодателей не имеет отношения к рассмотрению данного дела.

Согласно ч. 2 ст. 2.1 КоАП РФ, юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

В силу ч. 3 ст. 2.1. Кодекса РФ об административных правонарушениях, назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной или уголовной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

Срок давности для привлечения к административной ответственности ООО «Макси-Трэвел» не истек.

Учитывая характер правонарушения, финансовое положение, наличие смягчающих обстоятельств (нарушение совершено впервые, приняты меры по устранению нарушения), при отсутствии отягчающих обстоятельств, установленных ст. 4.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях, руководствуясь статьями 14.3, 23.48 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

#### ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать Общество с ограниченной ответственностью «Макси-Трэвел» (адрес: 633011, Новосибирская область, г. Бердск, ул. Морская, д. 26, ОГРН 1065407004156 дата присвоения 30.01.2006 г., ИНН 5407011943) виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

2. Применить к ООО «Макси-Трэвел» меру ответственности в виде административного штрафа в размере 100 000 (сто тысяч) рублей.

Согласно части 1 статьи 32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях административный штраф должен быть уплачен лицом, привлеченным к административной ответственности, не позднее шестидесяти дней со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях на р/с 4010181090000010001 в Сибирское ГУ Банка России в г. Новосибирске, БИК 045004001, получатель: УФК по Новосибирской области (Новосибирское УФАС России), ИНН 5405116098 / КПП 540501001, код БК 161 1 16 26000 01 6000 140, ОКТМО 50701000 назначение платежа: административный штраф

за нарушение законодательства о рекламе.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5 КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме.

Постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в соответствии со статьями 30.1-30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях в течение десяти суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа, но не менее одной тысячи рублей, либо административный арест на срок до пятнадцати суток, либо обязательные работы на срок до пятидесяти часов.

Ввиду ограниченности времени рассмотрения дела составление постановления в полном объеме отложено на 1 день.

В силу ст. 29.11 КоАП РФ, резолютивная часть Постановления по делу об административном правонарушении объявлена немедленно по окончании рассмотрения дела.