

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

### о назначении административного наказания

### по делу №06-09/241-15

03 ноября 2015 года

г.Томск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области Шевченко Владимир Иванович, рассмотрев протокол от 20.10.2015 и материалы дела №06-09/241-15 об административном правонарушении, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя Ч., в присутствии защитника ИП Ч. по доверенности №1/15 от 25.09.2015 - Г...

### УСТАНОВИЛ:

Индивидуальный предприниматель Ч., допустила нарушения ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе» при распространении рекламы клининговой компании с использованием непристойного женского образа, ответственность за нарушение которых предусмотрена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Установлено: в Управление Федеральной антимонопольной службы по Томской области поступило обращение гражданина (вх.№3574 от 08.07.2015), в котором указано на признаки нарушения законодательства о рекламе, которые выразились в следующем.

В г.Томске на подъезде жилого дома по пр.Кирова распространена рекламная листовка с информацией следующего содержания: «Я ДАЛА ТВОЕМУ СОСЕДУ СКИДКУ 10% хочешь дам и тебе? звони 33-33-73 Мастер Клининг все виды клининговых услуг ул.Пушкина, 20/2 [www.mc-70.ru](http://www.mc-70.ru)» с использованием женского образа.

Заявитель указал, что используемый в рекламе образ унижает женское достоинство, не соответствует общепринятым нормам морали и нравственности.

Согласно статье 1 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – «Закон о рекламе»), одной из основных целей настоящего федерального закона является реализация прав потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (статья 3), 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.

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.

Рассматриваемая информация, распространённая в г.Томске адресована неопределенному кругу лиц, по своему содержанию направлена на привлечение внимания, формирование и поддержание интереса к клининговой компании «Мастер Клининг», то есть содержит все признаки рекламы, закрепленные в пункте 1 статьи 3 ФЗ о рекламе, следовательно, является рекламой.

Согласно разъяснениям ФАС России №АК/41964 от 29.11.2010, часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе следующие виды информации: 1) бранные слова; 2) непристойные образы, сравнения, выражения; 3) оскорбительные образы, сравнения, выражения.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

К оскорбительным образам, сравнениям, выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, понижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Отнесение используемых в рекламе изображений, слов и иных образов к оскорбительным и непристойным носит субъективно-оценочный характер.

Учитывая изложенное, на стадии рассмотрения поступившего заявления гражданина, в целях его полного и всестороннего рассмотрения, реклама была вынесена на обсуждение и оценку Экспертного Совета по рекламе, действующего при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Томской области.

Большинством голосов членов Экспертного совета по рекламе, действующего при Томском УФАС России, указанная реклама оценена как содержащая непристойный женский образ.

Принимая во внимание мнение Экспертного Совета по рекламе при Томском УФАС России, наличие поступившего заявления по данному факту, Комиссия Томского УФАС России приходит к выводу, что используемый в рекламе клининговой компании «Мастер Клининг» женский образ в непристойной позе в совокупности с внешним видом и текстом, является непристойным, следовательно, реклама нарушает требования [части 6 статьи 5](#) Федерального закона «О рекламе».

Установлено, что реклама следующего содержания: «Я ДАЛА ТВОЕМУ СОСЕДУ СКИДКУ 10% хочешь дам и тебе? звони 33-33-73 Мастер Клининг все виды

клининговых услуг ул.Пушкина, 20/2 [www.mc-70.ru](http://www.mc-70.ru) с использованием непристойного женского образа распространилась в г.Томске в июле 2015 года.

Согласно части 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 указанного Закона несет рекламодаделец.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП Ч., что подтверждается, в частности, письменными пояснениями ИП Чубирко Е.А. (вх.№5053 от 25.09.2015), пояснениями представителя ИП Ч. (Протокол заседания Комиссии от 28.09.2015, решением Комиссии Томского УФАС России по делу №06-11/62-15.

Согласно ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность за нарушение рекламоделом законодательства о рекламе.

В связи с вышеуказанным, 20.10.2015 в отношении ИП Ч. составлен протокол об административном правонарушении, возбуждено административное дело №06-09/241-15 по ч.1 ст.14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Руководитель Томского УФАС России, рассмотрев материалы дела и оценив собранные по делу доказательства, считает их достаточными и находит вину ИП Ч. доказанной, а действия верно квалифицированными по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях за нарушение законодательства о рекламе.

В соответствии со статьей 1.5 Кодекса РФ об административных правонарушениях лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Согласно статье 2.1. Кодекса РФ об административных правонарушениях административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Вина ИП Чубирко Е.А. выражена в форме неосторожности и подтверждается в том числе, материалами дела №06-09/241-15, протоколом об административном правонарушении от 20.10.2015

Объектом правонарушения являются общественные отношения, охраняемые Федеральным законом «О рекламе».

Объективная сторона совершенного административного правонарушения выражается в распространение рекламы с использованием непристойного образа с нарушением ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

Субъект административного правонарушения – индивидуальный предприниматель Ч.

Субъективная сторона совершенного административного правонарушения - ИП Ч., являясь рекламодателем рассматриваемой рекламы, в соответствии со своими публично-правовыми обязанностями была обязана и имела возможность осуществить контроль за соблюдением законодательства о рекламе и не распространять рекламу с использованием непристойного образа, однако, не приняла всех необходимых и достаточных мер для соблюдения установленных требований, пренебрежительно отнеслась к их соблюдению.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания, руководитель Томского УФАС России учитывает характер совершенного правонарушения, отягчающие и смягчающие обстоятельства.

В соответствии со ст. 4.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях, в которой приведен открытый перечень обстоятельств, смягчающих административную ответственность, смягчающим обстоятельством признается совершение административного правонарушения впервые.

В соответствии со ст.4.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях отягчающих обстоятельств по делу не установлено.

В связи с изложенным, представляется возможным назначить административное наказание в пределах минимальной санкции, предусмотренной ч.1 ст.14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь ст.ст.23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### ПОСТАНОВИЛ:

1. Индивидуального предпринимателя Ч. признать виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.
2. Назначить наказание в виде административного штрафа в размере 4 000 (четырёх тысяч) рублей.