

## ОПРЕДЕЛЕНИЕ

### О ПРЕКРАЩЕНИИ РАССМОТРЕНИЯ ДЕЛА № 054/05/6-1344/2022

«21» октября 2022г.

г. Новосибирск

Комиссия Новосибирского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: <...> – заместитель руководителя управления – начальник отдела рекламы,

члены Комиссии: <...> – главный государственный инспектор отдела рекламы;

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы;

рассмотрев дело № 054/05/6-1344/2022, возбужденное по факту распространения рекламы магазина эротических товаров в лифте жилого дома, с признаками нарушения Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»)

в отсутствие:

- заявителя – физическое лицо (не явился, уведомлен надлежащим образом),

- ИП Фирсова А.С. (не явился, уведомлен надлежащим образом),

#### УСТАНОВИЛА:

В адрес Новосибирского УФАС России поступило заявление физического лица, переданное Уполномоченным при Президенте Российской Федерации по правам ребёнка (вх. № 8505-ЭП/22 от 09.06.2022г.) по признакам нарушения Закона «О рекламе» при распространении рекламы магазина эротических товаров в лифте жилого дома.

Как указывается в заявлении, на протяжении нескольких месяцев в кабинках лифтов жилого дома по адресу г. Новосибирск, ул. Кропоткина, дом 128/3, фирма «Фортуна» размещает рекламу «Дон Феромон» с пометкой 18+, о «товарах для любви, одежде для соблазна», которую видят все, кто пользуется лифтами, не зависимо от возраста.

Согласно п. 1 ст. 33 Закона «О рекламе», антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В ответ на запрос Новосибирского УФАС России, ИП Фирсовым А.С. представлены

пояснения и документы (вх. № 10475-ЭП/22 от 12.07.22), согласно которым на основании договора между ИП Фирсов А.С. и рекламным агентством ООО РК «Фортуна», была размещена реклама в лифтах многоквартирных домов города Новосибирска.

В тексте данной рекламы содержится: информация об ограничении возраста в виде знака 18+, необходимая по законодательству РФ; название магазина «Дон Феромон», которое является зарегистрированным товарным знаком, и «Эро-выставка» - во втором макете, так как по данному адресу располагается выставочный комплекс; описание рода деятельности магазина - продажа товаров для любви, одежды для соблазна (данный текст, по мнению ИП Фирсова А.С., не несет в себе информации, способной причинить вред здоровью и развитию детей, он не призывает к насилию, расовой дискриминации, он не содержит описания половых органов, интимной близости, не имеет порнографического содержания, а следовательно полностью соответствует требованиям Закона РФ); изображение плюшевого медведя в купальнике и маске кошки с щекоталкой в руке.

В соответствии с п.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.

Объектом рекламирования может быть 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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Рассматриваемая информация является рекламой, поскольку отвечает всем признакам рекламы. Объектами рекламирования выступает магазин «Дон Феромон».

По мнению заявителя и Уполномоченным при Президенте Российской Федерации по правам ребёнка в рекламе может содержаться побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемый товар, фактически запрещенный для них. Кроме того, не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В указанном случае, по мнению Уполномоченным при Президенте Российской Федерации по правам ребёнка, в заблуждение вводятся несовершеннолетние потребители рекламы, поскольку в качестве одного из образов рекламирования используется плюшевый мишка, являющийся игрушкой для детей, а также употребляются слова любовь, что связано с мягкой игрушкой.

Таким образом, Новосибирским УФАС России по указанным фактам возбуждено

настоящее дело по признакам нарушения:

ч.7 ст.5 Закона «О рекламе», согласно которой не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы;

п. 2 ст. 6 Закона «О рекламе», согласно которому в целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе не допускаются побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемый товар.

Ответственность за нарушение указанных норм несет рекламодатель. Согласно имеющимся материалам, рекламодателем является ИП Фирсов А.С. (ОГРНИП 317190100012741, дата регистрации 31.07.2017, ИНН 190501104508).

В ответ на запрос Новосибирского УФАС России ИП Фирсов А.С. представил пояснения и документы, согласно которым в тексте данной рекламы содержится: информация об ограничении возраста в виде знака 18+, необходимая по законодательству РФ; название магазина «Дон Феромон», которое является зарегистрированным товарным знаком, и «Эро-выставка» - во втором макете, так как по данному адресу так же располагается выставочный комплекс; описание рода деятельности магазина - продажа товаров для любви, одежды для соблазна; изображение плюшевого медведя в купальнике и маске кошки с щекоталкой в руке.

Данный медведь является товаром из разряда сувенирной продукции, и продается в магазинах цветов, подарков и сувениров, а также в магазинах товаров для взрослых, как в магазине «Дон Феромон», так и по всей России в розничных магазинах и на сайтах, без ограничения возраста. В изображении медведя нет демонстрации половых органов, он намеренно одет, медведь не изображает половой акт или его имитацию, на нем нет надписей с призывами к насилию, разврату и действиям сексуального характера. Имеющийся в руках медведя аксессуар в виде щекоталки используется для игр в качестве аксессуара, при помощи которого можно осуществлять щекочущие поглаживания по телу - рукам, ногам, спине - без возрастных ограничений. Сам данный товар не запрещен к продаже. В рекламе не содержится подмены понятий с целью привлечения внимания детей, так как стоит возрастное ограничение.

Под товарами для любви, и одеждой для соблазна в нашей рекламе подразумеваются товары, способствующие гармонизации и укреплению отношений в семье, создающие романтическую атмосферу, препятствующие изменам и развалу семьи, а именно, то что мы продаем - косметика и духи с феромонами, красивое белье, аксессуары для гармонизации отношений при несовместимости партнеров, массажные масла и свечи для создания романтической обстановки, сувениры.

В ответ на Определение о возбуждении дела, ИП Фирсовым А.С. представлены дополнительные пояснения, согласно которым реклама магазина «Дон Феромон» с изображением плюшевого медведя, перед размещением в лифтах жилых домов была предварительно передана на согласование юридическому отделу рекламного агентства ООО РК «Фортуна» на предмет ее соответствия

законодательству РФ «о рекламе» и «о защите прав детей». Размещение данного макета осуществлялось в период с февраля по апрель 2022 года. После чего данный макет был снят с размещения

Кроме того, Новосибирским УФАС России направлялся запрос об оценке рекламного продукта в адрес Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО). В ответ на данный запрос представлен ответ, согласно которому экспертами СРО была осуществлена оценка вышеуказанного информационного материала на предмет соответствия требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе и нормам, изложенным в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

В адрес Новосибирского УФАС России СРО представлена копия рассмотрения данного запроса Комитетом по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга СРО. При изучении поставленных вопросов, эксперты пришли к следующим выводам.

В рассматриваемой рекламе не используются бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения;

В рекламе не содержится побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей приобрести рекламируемый товар.

Потребители рекламы не вводятся в заблуждение относительно предмета рекламирования.

Иных нарушений требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», а также норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП в рассматриваемой рекламе не имеется.

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Ни в прямой, ни в косвенной форме реклама не содержит обращения к несовершеннолетним и тем более побуждения несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемый товар. Мягкая игрушка – как и любая иная – не является атрибутом детства. Костюм мишки однозначно указывает на характер представляемых на выставке предметов. Реклама товаров для половой жизни не запрещена, однако, в силу социальных предрассудков, рекламодатели вынуждены для их рекламы использовать эвфемизмы и иные обтекаемые формулировки дабы избегать претензии. Реклама специально содержит маркер "18+" чтобы исключить формальные претензии о возможной адресации рекламы к детской аудитории. В рекламе нет бранных слов, слово "любовь" в контексте рекламы секс-атрибутики используется как эвфемизм слова "секс". Также реклама никак не вводит в заблуждение, поскольку в ней говорится пускай и в завуалированной форме о секс-атрибутике, которую реально предлагает рекламодатель.

Кроме того, Экспертным советом по применению законодательства РФ о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при

Новосибирском УФАС России, произведена оценка рекламных баннеров «Дон Феромон».

Протоколом заседания от 21.10.2022 зафиксированы следующие выводы экспертного совета:

- в рассматриваемой рекламе не используются бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения;
- в рекламе не содержится побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей приобрести рекламируемый товар;
- потребители рекламы не вводятся в заблуждение относительно предмета рекламирования.

Таким образом, принимая во внимание позицию ИП Фирсова А.С., а также мнение членов экспертного совета СРО, а также Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при Новосибирском УФАС России, Комиссия Новосибирского УФАС России не усматривает в рассматриваемой рекламе признаков нарушения законодательства о рекламе.

Исходя из изложенного, действия ИП Фирсова А.С. не содержат нарушения законодательства о рекламе.

Руководствуясь абз. а) пункта 40 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 N 1922, Комиссия,

#### ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 054/05/6-1344/2022 прекратить в связи с неподтверждением в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения Закона «О рекламе» в действиях ИП Фирсова А.С. при распространении рекламы магазина «Дон Феромон» в лифте жилого дома.

Изготовлено в полном объеме: «01» ноября 2022 года.