

Я, руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области Мерзлякова Н.В., рассмотрев протокол и материалы дела № 11Р/16 об административном правонарушении, совершенном **гражданином <...>** (далее - гражданин), дата составления (число, месяц, год) протокола: 31.08.2016 год,

зарегистрированный по адресу: г. Вологда.

У С Т А Н О В И Л:

Должностным лицом отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и торговли Управления Федеральной антимонопольной службы по Вологодской области (далее- Управление), в ходе осуществления государственного контроля по соблюдению законодательства Российской Федерации о рекламе установлено, что Ч., являясь рекламодателем, допустил размещение на рекламной конструкции, расположенная по адресу: г. Вологда, ул. Ленинградская, д 71 (ТЦ «Луч»), рекламу с изображением полуобнаженной женщины в нижнем белье и текстом рекламы следующего содержания: «Раздень жену! Утепли дом! Кровля изоляция.. 8(8172)70-90-33». Данная реклама имеет признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, поскольку в ней усматривается нарушение ч.6 ст. 5 Федерального закона Российской Федерации 2006 года №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»).

В силу 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.

Согласно письму ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», данное положение Закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения. К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова 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 прочего).

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом, по мнению ФАС России, для признания рекламы неэтичной не требуется

получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы.

Спорный рекламный материал был представлен на обзор и анализ в общественно-консультативный совет по рекламе (далее- Совет по рекламе), утвержденный Приказом Управления от 30.04.2013 г. №112. По мнению членов Совета по рекламе данная реклама содержит непристойный образ, пояснив, что данная реклама может быть воспринята как оскорбительное отношение к святости и чистоте брака.

Комиссией установлено, что изображение на рекламной конструкции полуобнаженной женщины в нижнем белье и текстом рекламы следующего содержания: «Раздень жену! Утепли дом! Кровля изоляция.. 8(8172)70-90-33» не содержит никаких сведений о характеристиках, качестве либо иных потребительских свойствах рекламируемой продукции, а именно «кровля изоляция». Внимание потребителей рекламы к продукции формируется не описанием ее свойств и качества, а изображением полуобнаженной женщины в нижнем белье без какой-либо привязки данного образа к объекту рекламирования.

Кроме того, данная рекламная конструкция расположена рядом с дорогой, по которой осуществляется интенсивное движение автотранспорта, и данная реклама доступна для всех без исключения категорий населения.

Таким образом, учитывая указанные обстоятельства, реклама распространенная гражданином, не соответствует требованиям части 6 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации является ненадлежащей.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона «О рекламе», рекламодаделец- изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем данной рекламы, т.е. изготовителем или продавцом товара либо иным определившим объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицом, является <...> согласно договору от 02.11.2015 г.

Из положения части 6 статьи 38 Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодаделец.

В соответствии с частью 4 статьи 38 нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Исходя из вышеизложенного, факт правонарушения, в виде распространения ненадлежащей рекламы, установлен.

В соответствии с частью 4 статьи 38 нарушение рекламоделателями,

рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В силу части 1 статьи 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Указанные выше обстоятельства явились достаточными для возбуждения в отношении <...> дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

31.08.2016 года в отношении гражданина был составлен протокол об административном правонарушении. Протокол составлен лично с Ч.

Вина гражданина выразилась в несоблюдении им законодательства о рекламе, что подтверждается материалами дела.

При таких обстоятельствах, в действиях Ч. имеется состав правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Согласно материалам дела субъектом данного правонарушения является Ч.

Объектом правонарушения являются общественные отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы.

Объективной стороной правонарушения является распространение ненадлежащей рекламы.

В силу части 1 статьи 1.5 КоАП РФ лицо подлежит административной ответственности только за те административные правонарушения, в отношении которых установлена его вина.

Согласно статье 2.9 КоАП РФ при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

Высший Арбитражный Суд Российской Федерации в пункте 18 постановления Пленума от 02.06.2004 N 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях" разъяснил, что 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. Квалификация правонарушения как малозначительного может иметь место только в исключительных случаях (пункт 18.1).

Ч. не представил доказательств, подтверждающих наличие исключительных обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности совершенного правонарушения.

Согласно статье 1 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ целями настоящего Федерального закона 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, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законо-

дательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Предусматривая административную ответственность за нарушение законодательства о рекламе, законодатель тем самым учитывал закрепленные цели и охраняемые законом интересы потребителей, исходил из необходимости получения им добросовестной и достоверной рекламы, недопущения ненадлежащей рекламы.

Согласно части 1 статьи 14.3. КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, влечет наложение административного штрафа **на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей.**

Гражданин <...> пренебрежительно отнесся к распространению рекламы, тем самым не предпринял никаких мер, направленных на недопущение совершения административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Доказательств, принятия всех зависящих от <...> мер по недопущению административного правонарушения не представлено.

На основании ст.4.2, ст.4.3, ч. 1 ст.14.3, ст. 23.48, ст. 25.4, ст. 29.7 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПО С Т А Н О В И Л:

Подвергнуть <...> административному наказанию в виде штрафа _____ 2000 рубле й _____

сумма прописью

Настоящее постановление в 10-дневный срок может быть обжаловано руководителю Управления ФАС по Вологодской области либо в суд.

Штраф должен быть внесен в 60-дневный срок со дня вступления постановления о наложении административного штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки в доход федерального бюджета: ИНН 3525048696, КПП 352501001, Управление Федерального казначейства по Вологодской области (Вологодское УФАС России) (л. сч. 03301113740)

КБК 161 1 16 26000 01 6000 140

ОКТМО 19701000

БИК 041909001

Счет 40101810700000010002 Вологодское отделение №8638 ПАО Сбербанк.

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

Копия документа, свидетельствующая об уплате административного штрафа, должна быть направлена в адрес Вологодского УФАС России.

В силу ст. 20.25 Кодекса РФ об административных правонарушениях, неуплата административного штрафа в срок, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа.