

## **ПОСТАНОВЛЕНИЕ № А17/505-14.3**

о назначении административного наказания  
за нарушение законодательства о рекламе

28.12.2017г.

г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области (далее - Тюменское УФАС России), <...>, рассмотрев материалы дела №А17/505-14.3, возбужденного в отношении ООО <...> (адрес местонахождения: 625014, г.Тюмень, ул. <...>; ИНН 7203362584, КПП 720301001, ОГРН 1157232041240, дата регистрации: 10.11.2015г.), в присутствии представителя ООО <...> - <...> (доверенность б/н от 10.10.2017), которому права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, закрепленные ст.25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс) разъяснены,

### **УСТАНОВИЛ:**

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе № Р17/54-05 от 14.11.2017г. признана ненадлежащей реклама следующего содержания: «Мужской элитарный клуб GAREM ХАУС 27-68-27 GAREM house КРУГЛОСУТОЧНО [www.garem72.ru](http://www.garem72.ru) \*Дом Почувствуй нашу любовь...» и изображением девушки в восточной одежде и украшениях, на рекламной конструкции, расположенной по адресу г. Тюмень, ул. Республики, 250/1, поскольку в ней нарушены требования ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс).

Исследовав материалы административного дела, установлено следующее.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования понимается 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.

В рассматриваемой рекламе мужского элитарного клуба «Гарем Хаус», информация направлена на привлечение внимания мужчин к самому мужскому элитарному клубу «Гарем Хаус» и к программам, проводимым в мужском элитарном клубе «Гарем Хаус» (содержания программ раскрыты на интернет-сайте <http://www.garem72.ru/> (акт осмотра интернет сайта от 06.09.2017 г.).

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, где объектом рекламирования выступают как Мужской элитарный клуб «Гарем Хаус», так и интернет сайт: <http://www.garem72.ru/>, где содержится информация интимного характера, а именно об оказываемых в заведении услугах.

Как следует из [части 1 статьи 5](#) Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно [подпункту 4 статьи 3](#) Закона о рекламе является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с [частью 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.

В отношениях, возникающих в связи с рекламой товаров, услуг следует исходить из того, что соответствующая реклама не должна противоречить нормам морали и нравственности, принятым в обществе. Соблюдение такого баланса обеспечивается существующим законодательным запретом на использование в любой рекламе непристойных образов.

Согласно письму ФАС России от 29 апреля 2013 г. N АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 Закона о рекламе, 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.

Согласно информации, содержащейся в Толковом словаре русского языка под редакцией С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой понятие "непристойный" определяется как "неприличный, бесстыдный"; "неприличный - противоречащий правилам приличия"; "приличие - правило поведения, вежливость, благопристойность".

Согласно Международному [кодексу](#) рекламной практики, принятому на 47-ой сессии Исполнительного совета Международной торговой палаты (с изменениями и дополнениями от 02.12.1986), определяющему основные принципы рекламы, вся реклама должна быть законной, пристойной, честной и достоверной. Всякая реклама должна разрабатываться с высокой степенью ответственности перед обществом.

Согласно [статье 1](#) Кодекса, реклама не должна содержать заявлений или изображений, нарушающих общепринятые нормы пристойности.

В соответствии с [разделом](#) "Интерпретация" реклама должна оцениваться по тому действию, которое она может оказать на потребителя, с учетом конкретного рекламоносителя.

Как указано в Информационном [письме](#) Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе", при оспаривании в суде факта распространения рекламы с нарушением требований [Закона](#) соответствующая реклама должна оцениваться по тому воздействию, которое она может оказать.

Как следует из информации, опубликованной на интернет-сайте мужского элитарного клуба «Гарем Хаус» (<http://www.garem72.ru/>), расписано содержание программ данного салона, в том числе имеется программа "Восточная сказка" (массаж с турецкой баней): «Кто не мечтал хоть на время перенестись в обитель восточной фантазии где прекрасные наложницы готовы выполнить любое желание владыки?! Наша программа поможет осуществить это сладкое желание...Чтобы удовольствие было упоительным, а иллюзия погружения в атмосферу Востока полной, Вы можете насладиться головокружительным ароматом кальяна...» (акт осмотра интернет-сайта от 03.07.2014г.). Таким образом, из информации, размещенной на интернет-сайте <http://www.garem72.ru/>

следует, что в мужском элитарном клубе «Гарем Хаус» оказываются услуги интимного характера.

Рассматриваемая реклама с изображением девушки в восточной одежде и украшениях, а также в совокупности с описанием программы «Восточная сказка», размещенном на рекламируемом интернет-сайте, эксплуатирует женский образ и поддерживает интерес к сексу.

В данной рекламе мужского элитарного клуба «Гарем Хаус», словосочетание «Почувствуй нашу любовь...» приобретает фривольный смысл (не вполне пристойный, нескромный), рассматриваемая реклама содержит адресованное потребителям рекламы предложение «почувствовать любовь», то есть почувствовать, испытать сексуальное наслаждение, а следовательно, воспринимается потребителями мужского и женского пола как провоцирующая, порождающая смысловую неоднозначность.

Непристойным в указанной рекламе является совокупность слов «Почувствуй нашу любовь...», а так же сексуальный подтекст, переданный посредством образа девушки в восточной одежде и рекламируемого интернет-сайта, поскольку такое содержание рекламы нарушает такие нормы этики, как благопристойность, нравственность, целомудрие, ассоциируется с интимными желаниями, что позиционирует поведение, противоречащие общепринятым нормам морали и нравственности.

При квалификации нарушений части 6 статьи 5 Закона о рекламе антимонопольные органы вправе принимать во внимание различные материалы и документы, в том числе экспертные исследования и оценки. В частности, мнение специалиста имеет значение при оценке рекламы, восприятие которой может быть различным для разных групп населения, например, при выяснении непристойных и оскорбительных образов и выражений в рекламе.

Основной вид деятельности сети мужского элитарного клуба «Гарем Хаус» составляет оказание услуг эротического массажа и стриптиза. Данный перечень услуг, предоставляемых мужским элитарным клубом «Гарем Хаус» хорошо известен жителям г.Тюмени. Осведомленность о перечне услуг, в совокупности со словосочетанием «Почувствуй нашу любовь...», изображением девушки в восточной одежде и интернет-сайтом, вызывает у потребителей рекламы стойкие ассоциации с сексуальными образами, желаниями, поддерживает интерес к сексу, что придает рассматриваемой рекламе непристойность.

В соответствии с разъяснениями, изложенными в п. 16 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 18.10.2012 №58 «О

некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» по делам о привлечении лиц к административной ответственности, предусмотренной статье 14.3 КоАП РФ, за использование ими в рекламе бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных (то есть крайне предосудительных и недопустимых ввиду неприличия) и (или) оскорбительных (то есть способных причинить обиду) специальных знаний, как правило, не требуется.

В силу вышеизложенных норм права и разъяснений ВАС РФ, понятие нравственности, в том числе и в рекламе, является оценочным. Критерии отнесения изобразительных образов и выражений к непристойным законодательством РФ не установлены и субъективны для каждого конкретного случая.

Вывод о признании рекламы непристойной или обратный вывод делается должностным лицом (лицами) административного органа, рассматривающего соответствующее дело, или судом исходя из собственного восприятия и оценки рассматриваемой рекламы и иных собранных по делу материалов.

Заголовок «Почувствуй нашу любовь...» означает «оказаться в состоянии, почувствовать что-либо, получить возможность почувствовать любовь» и в литературном языке требует присутствие инфинитива, конкретизирующего содержание, направленность чувств. Отсутствие такового порождает лексическую двусмысленность, недоговоренность, что в обиходной речи, как правило, связывают с интимной темой.

А так же, содержание программ, расписанных на интернет-сайте <http://www.garem72.ru/>, в совокупности с изображением девушки в восточной одежде эксплуатирует заложенный в них сексуальный подтекст, что так же придает рекламе непристойность.

Данная реклама нарушает принятые в обществе нормы морали и нравственности, так как потребителем рекламы является не только целевая аудитория, на привлечение внимания которой данная реклама направлена, но и иные категории граждан, в том числе несовершеннолетние дети.

Это ведет к тому, что невольными потребителями данной рекламы могут стать дети и граждане, для которых в силу религиозных, философских, политических убеждений указанное изображение с используемым текстом являются неприемлемым и оскорбительным.

В силу требований п. 1 ст. 14 Федерального закона от 03.07.1999 №31 «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации», ребенок должен быть защищен от информации, пропаганды и агитации, наносящей вред его здоровью, нравственному и духовному развитию.

Использование в рекламе описанного изображения в совокупности с указанными фразами может негативно влиять на социализацию детей и формированию извращенных установок мировоззрения, пропагандировать непристойность.

Таким образом, реклама следующего содержания: «Мужской элитарный клуб GAREM ХАУС 27-68-27 GAREM house КРУГЛОСУТОЧНО [www.garem72.ru](http://www.garem72.ru) \*Дом Почувствуй нашу любовь...» и изображением девушки в восточной одежде и украшениях, на рекламной конструкции, расположенной по адресу г. Тюмень, ул. Республики, 250/1, нарушает требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку в ней присутствует адрес интернет-сайта, изображение девушки в восточной одежде и украшениях в совокупности с текстовыми фразами, поддерживающими интерес к сексу.

В соответствии с частью 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламоатель.

В соответствии с ч. 4 ст. 38 Закона о рекламе, нарушение рекламоателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства РФ о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством РФ об административных правонарушениях.

Как установлено материалами дела №17/54-05 (договор на оказание рекламных услуг № 88 от 02.08.2016г.), рекламоателем вышеуказанной рекламы является ООО <...> (адрес местонахождения: 625014, г.Тюмень, ул. <...>; ИНН 7203362584, КПП 720301001, ОГРН 1157232041240, дата регистрации: 10.11.2015г.) как лицо, определившее объект рекламирования, содержание рекламы.

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламоателем, 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 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.

Субъектом административного правонарушения по делу № А17/505-14.3 выступает – ООО <...>» (адрес местонахождения: 625014, г.Тюмень, ул. <...>; ИНН 7203362584, КПП 720301001, ОГРН 1157232041240, дата регистрации: 10.11.2015г.).

Вина ООО <...> состоит в том, что оно не выполнило установленных Законом о рекламе требований и не предприняло всех зависящих от него мер по их соблюдению.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

На рассмотрении дела представитель ООО <...> признал вменяемое нарушение.

Таким образом, ООО <...>, распространяя вышеуказанную рекламу, с нарушением рекламного законодательства, совершило административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ 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.

Место совершения административного правонарушения – город Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела Р17/54-05 – с 27.07.2017г. по 14.11.2017г.

Дело об административном правонарушении № А17/505-14.3 в соответствии с частью 3 статьи 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного ООО <...> административного правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности совершенного правонарушения, при рассмотрении дела не установлено.

Вместе с тем, Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1,

устанавливающей, что являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Согласно статье 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее - индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства ООО «...» относится к категории микропредприятие и внесено в реестр 01.08.2016г.

Согласно части 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

ООО «...» впервые совершило нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде,



объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом изложенного административное наказание ООО «<...>» в виде административного штрафа, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, подлежит замене на предупреждение.

С учетом положений части 1 статьи 3.1 КоАП РФ, закрепившей цели административного наказания, предупреждение является официальным предостережением лица от возможности совершения им противоправного действия.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение, считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо совершит новое административное правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание.

Руководствуясь статьями 4.1.1., 4.1, 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

1. Признать ООО <...> виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. В соответствии со статьей 4.1.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях объявить ООО <...> (адрес местонахождения: 625014, г.Тюмень, ул. <...>; ИНН 7203362584, КПП 720301001, ОГРН 1157232041240, дата регистрации: 10.11.2015г.) официальное порицание в форме предупреждения за нарушение требований части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

- 3 статьи 30.1. и частью 1 статьи 30.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в Арбитражный суд в течение 10 суток со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Заместитель  
руководителя управления

<...>