

## РЕШЕНИЕ

23 сентября 2015 года

г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе в составе (далее - Комиссия):

председатель Комиссии: <..> – заместитель руководителя управления - начальник отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

члены Комиссии: <..> – главный специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией;

<..> - специалист-эксперт отдела контроля за рекламой и недобросовестной конкуренцией,

рассмотрев дело № 57-08/15 по признакам нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе») по факту размещения рекламы по адресу: г. Челябинск, пересечение ул. 40 лет Победы и пр. Победы, трамвайная остановка в сторону следования ул. Чичерина («из центра»), развлекательных услуг ресторана «Максимилианс» с нарушением требований законодательства о рекламе, в отсутствие ИП <..> уведомленной надлежащим образом о дате и времени рассмотрения дела, не заявившей ходатайство о рассмотрении дела в ее отсутствие,

### УСТАНОВИЛА:

Управлением Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее — Челябинское УФАС России) установлено, что в городе Челябинске на пересечении ул. 40 лет Победы и пр. Победы, трамвайная остановка в сторону следования ул. Чичерина («из центра») размещалась рекламная информация развлекательных услуг ресторана «Максимилианс». В рекламе присутствуют сведения о проведении в ресторане концерта эстрадной группы, а также изображение четырехлучевого символа, схожего до степени смешения с символом организации, деятельность которой запрещена Международным Военным трибуналом.

Сведения о размещении указанной рекламы распространялись средствами

массовой информации и указывалось, что данная рекламная информация может оскорблять чувства граждан, чьи родственники принимали участие в военных действиях, проходивших на территории Российской Федерации в 1941-1945 годах.

На запрос Челябинского УФАС России ИП <..>, осуществляющая деятельность в ресторане «Максимилианс», расположенном по адресу: город Челябинск, улица Труда, дом 183, в соответствии с договором субаренды нежилого помещения № Е 20/09-13 от 20 сентября 2013 года пояснила, что разрешение на использование образов и изображений участников группы «Quest Pistols» в рекламных материалах получено от ООО «Кружева» в рамках заключенного договора об участии в концерте от 10 июня 2015 года № 2015/06/10. Реклама размещалась на основании договора аренды от 01 июня 2015 года № 21/15 с ООО «Элит СТ 74» и дизайн афиш на рекламу концерта данной группы был разработан сотрудниками ресторана «Максимилианс».

Рассмотрение материалов дела приводит Комиссию к следующим выводам.

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» реклама — информация, распространяемая любым способом с помощью любых средств, предназначенная неопределенному кругу лиц, направленная на формирование и поддержание интереса к объекту рекламирования.

Информация об услугах ресторана «Максимилианс», размещенная на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Челябинск, пересечение ул. 40 лет Победы и пр. Победы, трамвайная остановка в сторону следования ул. Чичерина («из центра») в силу статьи 3 Федерального закона «О рекламе» является рекламой, поскольку, адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к соответствующему заведению, и формирование интереса к нему со стороны потребителей, а также продвижение его услуг на рынке.

В данном случае объектом рекламирования являются услуги ресторана «Максимилианс».

Реклама ресторана «Максимилианс» содержит сведения о концерте музыкальной группы «Quest Pistols», проходившем в помещении данного общественного заведения. При этом с использованием фотоматериала одного из участников музыкального коллектива в рекламе изображен четырехлучевой символ. Изображение данного символа воспринимается как изображение символа, сходного до степени смешения с символикой, используемой в деятельности Национал-социалистической немецкой рабочей партии (НСДАП), деятельность которой запрещена Международным военным трибуналом в 1946 году, то есть со свастикой.

Согласно свободной энциклопедии «Википедия» в 20 веке свастика получила известность как символ нацизма и гитлеровской Германии и стала устойчиво ассоциироваться именно с гитлеровским режимом и идеологией.

Статья 6 Федерального закона «Об увековечении Победы советского народа в Великой Отечественной войне 1941 - 1945 годов» устанавливает, что в Российской Федерации запрещается использование в любой форме нацистской символики как оскорбляющей многонациональный народ и память о понесенных в Великой

Отечественной войне жертвах.

Статья 20.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях устанавливает, что не допускается публичная демонстрация нацистской атрибутики или символики сходных с нацистской атрибутикой или символикой до степени смешения.

В соответствии с правовой позицией, изложенной в определении Конституционного суда Российской Федерации от 17.02.2015 № 245-О «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина <...> на нарушение его конституционных прав положениями пункта 1 статьи 1 Федерального Закона "О противодействии экстремистской деятельности" запрет на использование указанной символики представляет собой меру, направленную на противодействие нацизму, экстремизму, фашизму и другим действиям, оскорбляющим память о жертвах, понесенных в Великой Отечественной войне, и ассоциирующимся с идеологией, запрещенной Конституцией Российской Федерации. Само по себе использование нацистской атрибутики (символики), равно как и атрибутики (символики), сходной с нацистской атрибутикой (символикой) до степени смешения, – безотносительно к ее генезису – может причинить страдания людям, чьи родственники погибли во время Великой Отечественной войны.

Анализ действующего законодательства позволяет прийти к выводу, что на территории Российской Федерации не допускается публичная демонстрация изображений символики организаций, деятельность которых запрещена Международным Военным Трибуналом, а также символики, атрибутики, сходной с ней до степени смешения вне зависимости от ее происхождения. Исключение составляют случаи использования указанной символики в научных, культурных, исторических целях. Наружная реклама представляет собой размещение информации открытым способом и использование в ней символики, сходной до степени смешения с символикой организации, деятельность которой запрещена Международным Военным трибуналом, не допускается.

Челябинским УФАС России получено мнение независимой экспертной группы Челябинска от 28.06.2015 года в котором указано следующее:

1. Изображение четырехлучевого символа, использованное в рекламе развлекательных услуг ресторана «Максимилианс», является свастикой и в этом качестве может восприниматься потребителями рекламы как изображение символа организации, именно - Национал-социалистической немецкой рабочей партии (НСДАП), деятельность которой запрещена Международным военным трибуналом в 1946 году.

2. Изображение четырехлучевого символа, использованное в рекламе ресторана «Максимилианс», является сходным до степени смешения с национал-социалистической, немецко-фашистской свастикой, принятой в 1920 году Адольфом Гитлером в качестве официального символа Национал-социалистической немецкой рабочей партии Германии (НСДАП), которую он возглавил.

3. Изображение четырехлучевого символа, использованное в рекламе ресторана «Максимилианс» и квалифицируемого в качестве свастики, фактически является публичной демонстрацией национал-социалистической, фашистской символики, принадлежащей организации, запрещенной Международным военным

трибуналом.

4. Изображение четырехлучевого символа- свастики в рекламных материалах ресторана «Максимилианс» может являться оскорбительным для национальных чувств российских граждан – как ветеранов Великой Отечественной войны, так и родственников людей, погибших в этой войне, их исторической памяти.

Размещение рекламы ресторана «Максимилианс» осуществлялось посредством наружной рекламы на остановке общественного транспорта, то есть данная информация, включая размещенные в ней изображения, доступны для восприятия неопределенного круга лиц, в том числе жителей пожилого возраста, которые могли принимать участие в военных действиях 1941-1945 годов, либо чьи родственники погибли в Великой Отечественной войне. Реклама также доступна для восприятия категории населения до 18 лет (несовершеннолетнего возраста).

Кроме того, наружная реклама ресторана была размещена в Челябинске в июне 2015 года (акт осмотра от 23 июня 2015 года) в преддверии Дня памяти и скорби, утвержденного Указом Президента РФ от 8 июня 1996 года № 857. Из ответа Управления наружной рекламы и информации следует, что наружная рекламная конструкция на пересечении улиц проспект Победы и 40 лет Победы по направлению «из центра» размещена без разрешения органа местного самоуправления, предусмотренного пунктом 48 Положения о порядке размещения наружной рекламы и информации, утвержденного решением Челябинской городской Думы от 10 декабря 2013 г. N 46/27.

В соответствии с частью 6 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» в рекламе не допускается использование непристойных и оскорбительных образов.

Под образом понимается отражение в сознании объектов материального мира, их наглядное, живое представление (постатейный комментарий к Федеральному закону «О рекламе» авторы: <...>., <...>., <...>., <...>., <...>.).

Использование в рекламе ресторана «Максимилианс» изображения (символа), сходного до степени смешения с символикой организаций, деятельность которых запрещена Международным военным трибуналом может оскорблять национальные чувства граждан Российской Федерации, а также граждан, родственники которых погибли во время Великой Отечественной войны. Данное изображение формирует у потребителей рекламной информации образ, который оскорбляет национальные чувства.

Таким образом, в рекламе ресторана «Максимилианс» использован оскорбительный образ, что не допускается в соответствии с частью 6 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе».

Пунктом 4 статьи 3 Закона «О рекламе» предусмотрено, что реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

С учетом изложенного наружная реклама ресторана «Максимилианс» противоречит части 6 статьи 5 Федерального Закона «О рекламе» и является ненадлежащей.

Размещение ненадлежащей рекламы не допускается на основании статьи 5

Федерального Закона «О рекламе».

Согласно статье 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем указанной рекламы следует признать ИП <...> как лицо, с которым был заключен договор на оказание услуг по размещению указанной рекламной информации № 21/15 от 01.06.2015. В соответствии с договором об участии в концерте от 10 июня 2015 года № 2015/06/10, заключенным между ИП <...> и ООО «Кружева», предпринимателю дано право на использование изображения и образов участников группы «Quest Pistols», а также фотографии группы в рекламе концертной программы. Согласно пояснениям от 28 июля 2015 вх. № 11308 рекламная информация ресторана «Максимилианс» изготовлена силами сотрудников заведения.

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» предусмотрена ответственность рекламодателя за нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Сведения о том, что с 1933 года символы, сходные до степени смешения с символикой Национал-социалистической немецкой рабочей партии (НСДАП), ассоциируются со свастикой доступны в открытых источниках, в частности в информационно-коммуникационной сети Интернет (свободная энциклопедия).

С учетом изложенного ИП <...>. при изготовлении и размещении рекламы ресторана «Максимилианс», в котором она осуществляет деятельность на основании договора субаренды нежилого помещения № Е 20/09-13 от 20 сентября 2013 года, с использованием изображений символики, сходной до степени смешения с символом организации, деятельность которой запрещена Международным Военным Трибуналом, должна была проявить должную степень предусмотрительности и ответственности с целью недопущения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, содержащего запрет на использование оскорбительных образов.

Материалами дела установлено, что указанная реклама была демонтирована в июне 2015 года, в связи с этим Комиссия считает возможным предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ресторана «Максимилианс» с использованием оскорбительных образов, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать в связи с демонтажом указанной рекламы.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП <...>

Решение изготовлено в полном объеме 28 сентября 2015 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.