

<...>, рассмотрев протокол № 043/04/14.3-629/2022 от 19.07.2022, составленный <...> в отношении физического лица – <...> (дата и место рождения: <...>), в связи с нарушением части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе»), ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ),

УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 043/05/5-177/2022 (резюлютивная часть решения оглашена 09 июня 2022 года; в полном объеме решение изготовлено 14 июня 2022 года) признана ненадлежащей реклама: *«Только для мужчин* от 195р/час* такси оплатим* сауна «Распутин»* <...>* сауна «Рай»* <...>* Жена <...> мозги...к нам в сауну лети!»* с изображением полуобнаженных мужчин и женщины, распространенная на задней и боковых сторонах кузова транспортного средства (автомобиля) с государственным регистрационным знаком <...>, поскольку она противоречит требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Решением установлено, что <...> (далее – <...>) является рекламодателем вышеуказанной рекламной информации по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Нарушение заключается в следующем.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступили заявления МКУ «Городская реклама» от 13.01.2022 № 32 (вх. № 107 от 13.01.2021), территориального Управления по Ленинскому району г. Кирова от 08.02.2022 № 747-01-09м (вх. № 862 от 15.02.2022) по вопросу размещения рекламы следующего содержания: *«Только для мужчин* от 195р/час* такси оплатим* сауна «Распутин»* <...>* сауна «Рай»* <...>* Жена «Еб**т» мозги...к нам в сауну лети!»* с изображением полуобнаженных мужчин и женщины на задней и боковых сторонах кузова транспортного средства (автомобиля) с государственным регистрационным знаком <...>, припаркованного на автостоянке рядом с площадью Маршала Конева в г. Кирове.

Согласно информации, представленной операторами связи, абонентские номера <...>, <...> выделены в пользование <...>. Исходя из информации, представленной УМВД России по Кировской области, собственником транспортного средства с государственным регистрационным знаком <...>, на кузове которого распространена спорная рекламная информация, является <...>. В связи с чем, определением от 11.03.2022 было возбуждено дело № 043/05/5-177/2022 в отношении <...>, <...> по признакам нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» по факту распространения спорной рекламной информации.

Кировским УФАС России установлено, что на задней и боковых сторонах кузова транспортного средства с государственным регистрационным знаком <...>,

припаркованном на автостоянке рядом с площадью Маршала Конева, распространяется рекламная информация следующего содержания: «Только для мужчин* от 195р/час* такси оплатим* сауна «Распутин»* <...>* сауна «Рай»* <...>* Жена «ЕБ**т» мозги...к нам в сауну лети!» (акты фиксации рекламы от 15.01.2022, от 22.01.2022, от 17.02.2022).

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама – это 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.

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.

Информация: «Только для мужчин* от 195р/час* такси оплатим* сауна «Распутин»* <...>* сауна «Рай»* <...>* Жена «ЕБ**т» мозги...к нам в сауну лети!» обладает всеми юридически значимыми признаками рекламы, а именно:

- распространена на транспортном средстве (автомобиле) с государственным регистрационным знаком <...>;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, которыми являются сауна «Рай» и сауна «Распутин».

В соответствии с частью 6 статьи 5 Федерального 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.

ФАС России в письме от 29.04.2013 № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» разъяснила следующее:

«К бранным словам относятся нецензурные слова, а также слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления; 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; к оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Таким образом, данное положение Федерального закона «О рекламе» запрещает

использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения».

Реклама исходя из понятия, указанного в Федеральном законе «О рекламе», а также из ее целей, направлена на привлечение внимания потребителя к объекту рекламирования. Однако такой способ привлечения внимания потребителей, как использование бранных нецензурных слов, либо оборотов речи, где подразумевается их использование в завуалированном (прикрытом) виде является недопустимым с точки зрения норм морали и нравственности.

Спорная реклама содержит фразу: «Жена «Еб**т» мозги...к нам в сауну лети!», в котором завуалировано бранное (нецензурное) слово, используемое в качестве ругательства или оскорбления. Также в рекламе присутствуют образы полуобнаженных мужчин и женщины. Данные образы нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Исходя из позиции Пленума ВАС РФ, изложенной в пункте 16 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных специальных знаний, как правило, не требуется.

Согласно мнению членов Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Кировском УФАС России, высказанному на заседании 30.03.2022, указанная информация является рекламой сауны «Рай» и сауны «Распутин». Члены Экспертного совета единогласно решили, что бранное слово «еб**т» однозначно читается («буква е выскочила, а точки остались»). Кроме того, указанная реклама содержит непристойные образы женщин («рекламируется только для мужчин, а присутствуют изображения женщин»), в том числе изображается процесс курения кальяна вульгарно одетой женщиной между двумя оголенными мужчинами, которые на нее «заглядываются», что создает оскорбительный образ в отношении женского пола. Исходя из содержания и имеющихся графических изображений, реклама вызывает эмоциональное отторжение («реклама ужасная, пошлая, омерзительная»). Некоторыми членами Экспертного совета было выражено мнение, что такая реклама также оскорбляет чувства верующих, рекламируя сауну с наименованием «Рай» с использованием подобных вульгарных и непристойных образов, а также нецензурных слов.

В состав Экспертного Совета при Кировском УФАС России входят представители органов местного самоуправления, научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики, соответственно, в рассматриваемом случае их мнение принимается комиссией в качестве надлежащего доказательства квалификации информации в качестве рекламы, содержащей бранные слова и непристойные (оскорбительные) образы.

Таким образом, спорная реклама распространена с нарушением требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно информации, представленной ПАО «Ростелеком» письмом от 26.01.2022 № 0609/05/304/22 (вх. № 414 от 26.01.2022), абонентский номер <...>, указанный в спорной рекламе, выделен <...>. В соответствии с информацией, представленной ПАО «МегаФон» письмом б/д б/н, абонентский номер <...>, указанный в спорной рекламной информации, также выделен <...>.

Таким образом, установлено, что рекламодателем спорной рекламной информации является <...>.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

Соответственно, <...>, являясь рекламодателем спорной рекламной информации, несет ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Указанный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в полном объеме подтверждается имеющимися материалами и решением по делу № 043/05/5-177/2022.

В соответствии со ст. 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.

Согласно ч. 1 ст. 1.4 КоАП РФ физические лица подлежат административной ответственности независимо от пола, расы, национальности, языка, происхождения, имущественного и должностного положения, места жительства, отношения к религии, убеждений, принадлежности к общественным объединениям, а также других обстоятельств.

В соответствии с ч. 1 ст. 2.3 КоАП РФ административной ответственности подлежит лицо, достигшее к моменту совершения административного правонарушения возраста шестнадцати лет.

Следовательно, <...> (<...> г.р.) несет административную ответственность как физическое лицо.

Ответственность за данное правонарушение предусмотрена ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с ч. 1 ст. 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.

Письмом Кировского УФАС России от 17.06.2022 № 2458/04 <...> уведомлялся о дате, времени и месте составления протокола об административном правонарушении – 19.07.2022 в 10 часов 00 минут.

Уведомление о составлении протокола было направлено заказным письмом с уведомлением о вручении по адресу регистрации <...> (<...>).

О дате, месте и времени составления протокола об административном правонарушении <...> считается уведомленным надлежащим образом (в материалах дела имеется возвратный конверт с уведомлением о составлении протокола, дата возврата конверта - 02.07.2022).

На составление протокола об административном правонарушении <...> не явился, представителя не направил, ходатайств не заявлял.

19.07.2022 в 10 часов 00 минут, должностным лицом Кировского УФАС России – <...> в отношении <...> составлен протокол № 043/04/14.3-629/2022 об административном правонарушении.

Протокол составлен в отсутствие <...>, надлежащим образом уведомленного о дате, времени и месте составления протокола об административном правонарушении.

Определением от 19.07.2022 о назначении времени и места рассмотрения дела № 043/04/14.3-629/2022 об административном правонарушении, рассмотрение протокола назначено на 18.08.2022 в 15 часов 00 минут.

Определение от 19.07.2022 было направлено заказным письмом с уведомлением о вручении по адресу регистрации <...> (<...>).

О дате, времени и месте рассмотрения протокола об административном правонарушении <...> считается уведомленным надлежащим образом (в материалах дела имеется возвратный конверт с определением от 19.07.2022 и протоколом № 043/04/14.3-629/2022 об административном правонарушении, дата возврата конверта – 04.08.2022).

На рассмотрение протокола об административном правонарушении <...> не явился, представителя не направил, ходатайств не заявлял.

Протокол рассмотрен в отсутствие <...>, уведомленного надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения протокола об административном правонарушении.

В письме от 09.06.2022 № б/н (вх. № 3583 от 09.06.2022) <...> сообщил о добровольном прекращении нарушения, раскаялся в совершении рассматриваемого правонарушения.

<...>, изучив материалы административного дела, находит вину <...> в совершении административного правонарушения установленной и доказанной.

Факт совершения правонарушения <...> подтверждается:

- решением Комиссии Кировского УФАС России по делу № 043/05/5-177/2022 (резольтивная часть решения оглашена 09.06.2022; в полном объеме решение изготовлено 14.06.2022);

- материалами административного дела № 043/04/14.3-629/2022;

- протоколом об административном правонарушении № 043/04/14.3-629/2022 от 19.07.2022 г.

Оценивая собранные по делу доказательства, <...> находит, что действия <...> правильно квалифицированы по части 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Решая вопрос о виде и размере административного наказания <...> учитывает характер совершенного административного правонарушения, обстоятельства, смягчающие административную ответственность, и обстоятельства, отягчающие административную ответственность.

Событием является установленный факт нарушения рекламного законодательства, выразившийся в определении содержания рекламы: «Только для мужчин* от 195р/час* такси оплатим* сауна «Распутин»* <...>* сауна «Рай»* <...>* Жена <...> мозги...к нам в сауну лети!» с изображением полуобнаженных мужчин и женщины, распространенной на задней и боковых сторонах кузова транспортного средства (автомобиля) с государственным регистрационным знаком <...>, в которой содержится бранное слово и непристойные образы в нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ срок давности привлечения к административной ответственности за нарушение рекламного законодательства составляет один год со дня совершения административного правонарушения.

Срок давности привлечения лица к административной ответственности исчисляется с 17.02.2022 (последняя дата фиксации ненадлежащей рекламы).

Место совершения административного правонарушения: территория распространения ненадлежащей рекламы – Кировская область (г. Киров).

Время совершения административного правонарушения: 15.01.2022, 22.01.2022, 17.02.2022 (дата фиксации ненадлежащей рекламы).

Объектом административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, являются общественные отношения в области рекламы.

Объективной стороной административного правонарушения являются действия по определению содержания рассматриваемой рекламы с изображением полуобнаженных мужчин и женщины, распространенной на задней и боковых сторонах кузова транспортного средства (автомобиля) с государственным регистрационным знаком <...>, в которой содержится бранное слово и непристойные образы в нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Субъектом административного правонарушения является физическое лицо – <...> (<...> г.р.).

Согласно ч. 2 ст. 2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Субъективная сторона правонарушения характеризуется виной субъекта в форме неосторожности, поскольку <...> не предвидел возможности наступления вредных последствий своих действий, хотя должен был и мог их предвидеть. <...> не предпринял достаточных мер со своей стороны по пресечению и недопущению противоправных действий, посягающих на принципы законности, добропорядочности, разумности, справедливости, хотя такая возможность у него имелась. Каких-либо доказательств, свидетельствующих о принятии <...> мер по недопущению нарушения законодательства и невозможностью его предотвращения, представлено не было.

<...>, как рекламодатель не проявил должной степени ответственности и осмотрительности, что привело к совершению им действий по определению содержания ненадлежащей рекламы.

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

Следовательно, рассматриваемое правонарушение было совершено <...> по неосторожности.

Таким образом, совершенные <...> действия по определению содержания рассматриваемой рекламы с изображением полуголых мужчин и женщины, распространенной на задней и боковых сторонах кузова транспортного средства (автомобиля) с государственным регистрационным знаком <...>, в которой содержится бранное слово и непристойные образы в нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», содержат состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

В соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ в качестве смягчающих вину обстоятельств установлено: раскаяние лица, совершившего административное правонарушение; добровольное прекращение противоправного поведения лицом, совершившим административное правонарушение.

В соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ отягчающих вину обстоятельств не установлено.

Оснований для прекращения производства по делу не имеется.

Рассматриваемое правонарушение не может быть признано малозначительным. Как разъяснил Пленум Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации в пункте 18 Постановления от 02.06.2004 № 10 «О некоторых вопросах, возникающих в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях», 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. Пленум Верховного Суда Российской Федерации в п. 21 Постановления от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» указал, что малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших

последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

В рассматриваемом случае состав административного правонарушения является формальным, следовательно, правонарушение является общественно-опасным с момента его совершения, независимо от наступления каких-либо последствий. При этом сама общественная опасность выражается в пренебрежительном отношении к исполнению публично-правовых обязанностей и соблюдению требований действующего рекламного законодательства.

Основанием для освобождения от ответственности могут служить обстоятельства, вызванные объективно непреодолимыми либо непредвиденными препятствиями, находящимися вне контроля лица, при соблюдении той степени добросовестности, которая требовалась от него в целях соблюдения законодательно установленных требований. Однако доказательств наличия указанных обстоятельств в материалы дела не представлено.

С учетом конкретных обстоятельств дела, учитывая характер и степень общественной опасности совершенного правонарушения, которая выразилась в пренебрежительном отношении к исполнению публично – правовых обязанностей в сфере рекламного законодательства, основания для освобождения <...> от административной ответственности ввиду малозначительности в соответствии со ст. 2.9 КоАП РФ отсутствуют.

В соответствии с ч. 1 ст. 4.1.1 КоАП РФ 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.

В соответствии с ч. 2 ст. 3.4 КоАП РФ 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.

Установлено, что правонарушение, ответственность за которое предусмотрена статьей 14.3 КоАП РФ совершено <...> впервые.

С учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 3.4 КоАП РФ, считаю возможным применить к <...> меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь статьями 3, 5, 33, 38 Федерального закона «О рекламе», статьями

2.1, 2.4, 3.4, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,