

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о вынесении предупреждения по делу №06р-17/78-04-2016р

об административном правонарушении

«31» января 2017 г.

г. Киров

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области <...>, рассмотрев протокол № 06р-17/78-04-2016р от 31.01.2017, составленный <...> – главным специалистом-экспертом отдела финансовых рынков и рекламы Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области в отношении должностного лица Общества с ограниченной ответственностью «Стоун» директора <...> в связи с нарушением части 6 статьи 5, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»,

### УСТАНОВИЛ:

Решением Кировского УФАС России по делу № 78/04-2016р от 26 декабря 2016 года (в полном объеме решение изготовлено 16 января 2017 года) в действиях ООО «Стоун» был установлен факт нарушения части 6 статьи 5, части 9 статьи 19 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе»), выразившийся в определении содержания и распространении рекламы по адресу: <...> следующего содержания: «<...> а также в отсутствие разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Нарушение заключается в следующем.

При осуществлении государственного надзора за соблюдением хозяйствующими субъектами обязательных требований рекламного законодательства, проведенным специалистами Управления, было установлено, что на фасаде здания, расположенного по адресу: <...> размещена информация следующего содержания: «<...>».

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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, средство его индивидуализации, 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 – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Информация, размещенная на фасаде здания по адресу: <...> следующего содержания: «<...>», является общедоступной для восприятия неопределенного круга лиц (пешеходов, идущих вблизи нахождения рекламного баннера, водителями), поскольку распространена посредством наружной рекламы, направлена на привлечение внимания потребителей к объекту рекламирования (Мужскому клубу «<...>»), способствует формированию интереса к рекламируемым товарами и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

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.

Таким образом, данное положение Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе, в том числе непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы.

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.

В ходе рассмотрения дела было установлено, что спорная реклама помимо информации об адресе, номере телефона мужского клуба «<...>», содержит известное произведение живописи - < ... > Вышеуказанные изображения сопровождаются изображением девушки, танцующей танец на пилоне, а так как реклама имеет отношение к стриптиз клубу «<...>», становится понятным, что на рекламной информации размещена танцовщица стриптиза.

Поставив танцовщицу в один ряд с вышеперечисленными именами, рекламодатель понижает их культурную и историческую ценность. Также рекламная информация сопровождается надписями: «<...>» и «<...> », если эти надписи прочитает человек, который не знаком с произведениями <...>

Определение спорной рекламы в качестве непристойной/оскорбительной подтверждается позицией членов Экспертного Совета по применению рекламного законодательства при Кировском УФАС России. Согласно мнению членов Экспертного Совета по применению законодательства о рекламе при Кировском УФАС России, высказанному на заседании 17.06.2016, реклама может быть признана непристойной и оскорбительной по отношению к категории людей, изучающих, уважающих искусство, поскольку в рекламе стриптиз-клуба используются изображения объектов культурного наследия. В школьной программе ученики изучают картину <...> античную богиню любви Венеру в качестве произведений искусства, а в рекламе они стоят в одном ряду с работницей стриптиз – клуба. Данная позиция была озвучена с точки зрения

восприятия рекламы в качестве потребителей и расценена как ненадлежащая. 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 их мнение можно принять в качестве надлежащего доказательства наличия в рекламе оскорбительных и непристойных образов.

Рекламная информация является непристойной, нарушает принятые в обществе нормы морали и нравственности, кроме того, потребители вышеуказанной наружной информации являются не только целевая аудитория, на привлечение внимания которой данная реклама направлена, но и иные категории граждан, в том числе несовершеннолетние дети.

Таким образом, рекламная информация следующего содержания: «<...>», является ненадлежащей, не соответствует требованиям ч. 6 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», поскольку изображение <...> нарушает общепринятые нормы морали, нравственности.

На основании части 1 статьи 19 Федерального закона «О рекламе» наружной рекламой признается реклама, распространенная с использованием щитов, стендов, строительных сеток, перетяжек, электронных табло, воздушных шаров, аэростатов и иных технических средств стабильного территориального размещения, монтируемых и располагаемых на внешних стенах, крышах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их, а также остановочных пунктов движения общественного транспорта.

В рассматриваемом случае спорная рекламная информация стационарно размещена с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламной конструкции) на внешней стене здания расположенного по адресу: <...> и соответственно является наружной рекламой.

Согласно ч. 9 ст. 19 Федерального закона «О рекламе» установка и эксплуатация рекламной конструкции допускаются при наличии разрешения на установку и эксплуатацию рекламной конструкции, выдаваемого на основании заявления собственника или иного указанного в [частях 5, 6, 7](#) настоящей статьи законного владельца соответствующего недвижимого имущества либо владельца рекламной конструкции органом местного самоуправления муниципального района или органом местного самоуправления городского округа, на территориях которых предполагается осуществлять установку и эксплуатацию рекламной конструкции.

Из материалов дела следует, что у Общества отсутствует разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции по адресу: <...> Таким образом, спорная рекламная информация содержит нарушение ч. 9 ст. 19 Федерального закона «О рекламе», так как размещена в отсутствие у ООО «Стоун» разрешения на установку и эксплуатацию рекламных конструкций по адресу: <...>

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение ч. 6 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель (изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо), ответственность за

нарушение требований ч. 9 ст. 19 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно договору субаренды нежилого помещения № 21 Л4/2016 от 01.07.2016г., заключенному между ООО «Трастгрупп» (Арендодатель) и ООО «Стоун» (Субарендатор), последнему передано во временное пользование нежилое помещение площадью 220,6 кв.м., расположенное по адресу: <...>.

Из материалов дела и документов, представленных в материалы дела, а именно: договору субаренды нежилого помещения № <...>., лицензии <...> на розничную продажу алкогольной продукции, акта фиксации рекламы от 17.11.2016г. следует, что ООО «Стоун», осуществляя предпринимательскую деятельность по адресу г. <...> является рекламодателем и рекламодателем спорной рекламы.

Таким образом, действия ООО «Стоун», выразившиеся в определении содержания и распространении спорной рекламы, не соответствуют требованиям части 9 статьи 19, части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Исследовав материалы дела, Кировское УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем и рекламодателем спорной рекламы, исходя из понятия, установленного статьей 3 Федерального закона «О рекламе», является ООО «Стоун», которое несет ответственность за нарушение требований части 9 статьи 19, части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Из анализа имеющихся в деле документов следует, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «Стоун».

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламодателем 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.

О дате, месте и времени рассмотрения протокола <...> извещен надлежащим образом. Протокол рассмотрен в присутствии <...> который факт нарушения признал.

Событием административного правонарушения, предусмотренного ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ является установленный факт нарушения законодательства РФ о рекламе в действиях ООО «Стоун», выразившийся в определении содержания и распространении рекламы следующего содержания: «<...>, размещенной на фасаде здания по адресу: <...> нарушающей требования части 6 статьи 5, части 9 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

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

Объективной стороной административного правонарушения являются действия должностного лица ООО «Стоун» <...> по определению содержания и распространению рекламы «<...> размещенной на фасаде здания по адресу: <...>, в нарушение части 6 статьи 5, части 9 статьи 19 Федерального закона «О рекламе».

Согласно ст. 2.4 Кодекса РФ об административных правонарушениях должностное лицо подлежит административной ответственности в случае совершения им административного правонарушения в связи с неисполнением либо ненадлежащим исполнением своих служебных обязанностей.

Согласно приказу о вступлении в должность <...>является директором, который, являясь рекламодателем, определил содержание и распространил рекламу: «<...>», сопровождаемую изображением <...>Именно <...>должен был предотвратить нарушение рекламного законодательства, однако его допустил. Поэтому нарушение рекламного законодательства произошло по вине <...>.

В соответствии с частью 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ являющимися 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 части 1, 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме. 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.

Поскольку согласно информации на сайте <https://rmsp.nalog.ru/> ООО «Стоун» включено в Реестр субъектов малого и среднего предпринимательства и правонарушение, ответственность за которое предусмотрена ч.1 ст.14.3 КоАП РФ, совершено должностным Обществом впервые, с учетом отсутствия оснований, установленных частью 2 статьи 4.1.1 КоАП РФ, считаю возможным применить к должностному лицу Обществу меру ответственности в виде предупреждения.

Руководствуясь статьями 3, ч. 6 ст. 5, ч. 9 ст. 19 Федерального закона «О рекламе», статьями 2.1, 2.4, 3.4, 4.1.1, 14.3, 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

#### **ПОСТАНОВИЛ:**

1.Признать должностное лицо <...>виновным в совершении административного

правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Применить к должностному лицу <...>меру ответственности в виде предупреждения.

*В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.*

*Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса РФ 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.*