

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 034/05/5-40/2020**

23 марта 2020 года Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 23 марта 2020 года

Решение изготовлено в полном объеме 31 марта 2020 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – заместитель руководителя Управления;

член Комиссии – главный специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы,

член Комиссии – ведущий специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 034/05/5-40/2020, возбужденное по признакам нарушения ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) в отношении ИП С.И.С. (ОГРНИП: 315345600005465, ИНН: 343705371885, Дата присвоения ОГРНИП: 07.07.2015),

в отсутствии сторон, извещенных надлежащим образом,

### **УСТАНОВИЛА:**

Антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе: предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе; возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (ч. 1 ст. 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе)).

В соответствии с п. 2 Положения о государственном надзоре в области рекламы, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 20.12.2012 № 1346 (далее - Положение) одним из инструментов выявления и фиксации фактов распространения рекламы, имеющей признаки ненадлежащей рекламы, является систематическое наблюдение за исполнением обязательных требований, анализа и прогнозирования состояния исполнения обязательных требований при осуществлении юридическими лицами деятельности в области рекламы.

Волгоградским УФАС России (далее – Управление) в ходе мониторинга распространения наружной рекламы в ноябре 2019 года было выявлено размещение наружной рекламы следующего содержания: «ХОЧУ ТЕБЯ пригласить в фитнес-клуб GRIFF ДАВАЙ ЗАЙМЕМСЯ фитнесом вместе ул. Двинская, 15

www.scgriff.ru/ 8(8442) 522-522» (см. акт мониторинга № 504-р от 20.11.2019)

Данная реклама распространялась на рекламной конструкции по адресу: Волгоград, Центральный район, ул. Рокоссовского, с правой стороны от проезжей части по направлению движения в сторону Краснооктябрьского района Волгограда, между домом № 18Б по ул. Невская и административным зданием по адресу: ул. Двинская, 15 (магазин «Радеж»).

В рекламе на зеленом фоне изображена сзади в полоборота девушка с гантелями в руках в нижнем спортивном белье. Изображение девушки (голова) наполовину обрезано верхней частью рекламной конструкции. Акцент в образе сделан на наполовину обнаженных ягодицах.

Текст рекламы: «ХОЧУ ТЕБЯ пригласить в фитнес-клуб GRIFF ДАВАЙ ЗАЙМЕМСЯ фитнесом вместе ул. Двинская, 15 www.scgriff.ru/ 8(8442) 522-522».

На рекламной конструкции указана информация «RUSS ООО «АПР-Сити/ТВД» (495)626-5200, (8442) 55-00-75».

Позднее в Волгоградское УФАС России поступило обращение физического лица относительно распространения указанной рекламы фитнес-клуба «Griff» (вх. 11169 от 25.11.2019).

В дополнительных пояснениях к заявлению (вх. № 389 от 21.01.2020) заявитель пояснил свою позицию. В указанной рекламе, по мнению заявителя, эксплуатируются непристойные образы и интерес к сексу, образ женщины сводится к вожделенному сексуальному объекту. Заявитель обращает внимание на то, что выделены отдельные фразы «хочу тебя» и «давай займемся», а фоном выступает изображение женского тела.

Как обратил внимание заявитель, рассматриваемая реклама расположена недалеко от Детской школы искусств № 4 Волгограда.

Согласно 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.

Правилами рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее - Правила) предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе.

В случае распространения рекламы, содержащей признаки нарушения

законодательства Российской Федерации о рекламе, только на территории, подведомственной одному территориальному органу Федеральной антимонопольной службы, дела возбуждаются и рассматриваются по месту распространения такой рекламы.

В ходе выяснения всех обстоятельств размещения рекламы Управлением был направлен запрос в адрес департамента по градостроительству и архитектуре администрации Волгограда (исх. № 02-3/8753 от 21.11.2019) о представлении информации о рекламодателе указанной рекламы

В ответ на указанный запрос от департамента по градостроительству и архитектуре администрации Волгограда поступила информация о том, что между департаментом по рекламе администрации Волгограда и ООО «АПР-Сити/ТДВ» заключен договор на установку и эксплуатацию рекламной конструкции № 13-0081/т от 31 декабря 2013 года (вх. 11579 от 05.12.2019).

Также в адрес ПАО «Мегафон» был направлен запрос о представлении информации об абоненте, пользователе по номеру телефона, указанному в рекламе (8(8442)522-522), в ответ на который была представлена информация о том, что указанный номер принадлежит ИП С.И.С. (ОГРНИП: 315345600005465, ИНН: 343705371885, дата присвоения ОГРНИП: 07.07.2015) (вх. 11166 от 25.11.2019).

Относительно информации об администраторе и собственнике сайта, указанного в рекламе (<http://scgriff.ru/>) был направлен запрос АО «Региональный Сетевой Информационный центр» (исх. № 02-3/8754 от 21.11.2019). В ответ на указанный запрос была направлена информация о том, что администратором домена scgriff.ru является С.И.С..

Кроме того ООО «АПР-Сити/ТДВ» в ответе на запрос исх. № 02-3/9150 от 06.12.2019 указало, что рекламодателем рассматриваемой рекламы по договору № 16862\_VLRO от 15.04.2019 является ИП С.И. С.(ОГРНИП: 315345600005465, ИНН: 343705371885, дата присвоения ОГРНИП: 07.07.2015).

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

Таким образом, по имеющейся информации рекламодателем выступила ИП С. И.С. (ОГРНИП: 315345600005465, ИНН: 343705371885, дата присвоения ОГРНИП: 07.07.2015).

Определением от 23 января 2020 года в отношении ИП С.И.С. (ОГРНИП: 315345600005465, ИНН: 343705371885, дата присвоения ОГРНИП: 07.07.2015), было возбуждено производство по делу № 034/05/5-40/2020 по признакам нарушения ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

От ИП С.И.С. 10.02.2020 поступили письменные пояснения, согласно которым между ней и ООО «АПР-Сити/ТДВ» действительно заключен договор № 16862\_VLRO от 15.04.2019 (вх. № 1033).

Как было указано в пояснениях, перед размещением рекламы проводится процедура согласования, которая включает, в том числе получение устного лингвистического заключения относительно содержания рекламной конструкции. Перед размещением рассматриваемой рекламной конструкции также было получено устное лингвистическое заключение, согласно которого данная рекламная конструкция соответствует нормативным требованиям законодательства о рекламе.

Также было указано, что после получения ИП С.И.С. определения о возбуждении рассматриваемого дела спорная реклама была снята (подтверждающие фото приложены к пояснениям).

На заседании Комиссии 12.02.2020 представитель ИП С.И.С. устно пояснил, что согласование размещаемой рекламы производится с рекламораспространителем, устная лингвистическая экспертиза проводится именно им. Устное лингвистическое заключение рекламораспространителя состояло в том, что данная реклама носит возможно вызывающий вопросы характер, но ее размещение допустимо. При этом при проведении устной лингвистической экспертизы рекламораспространителем, производилась оценка текста в совокупности с образом, размещенным в рекламе.

Также было пояснено, что спорная реклама размещалась в период с 15 ноября 2019 года по 29 января 2020 года. Территория распространения рекламы охватывает только Волгоград и только одну рекламную конструкцию, на которой была размещена спорная реклама.

Определением от 12.02.2020 рассмотрение дела № 034/05/5-40/2020 было отложено на 12.03.2020 в связи с необходимостью проведения заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Волгоградском УФАС России 17.02.2020, в повестку которого был включен вопрос об оценке рассматриваемой в настоящем деле рекламы. Представитель ИП С.И.С. А.А.Г. присутствовал на данном заседании в части вопроса о рассмотрении рекламы фитнес-клуба «Гриф».

Для оценки членам Совета представлено фото рекламы фитнес-клуба «Griff» с использованием образа полуобнаженной женщины (в нижнем спортивном белье) с гантелями в руках с использованием фразы: «ХОЧУ ТЕБЯ пригласить в фитнес-клуб «Griff» ДАВАЙ ЗАЙМЕМСЯ фитнесом вместе».

После просмотра данной рекламы членам Экспертного совета было предложено предварительно обсудить её.

При обсуждении спорной рекламы были высказаны следующие мнения:

Некоторые члены Экспертного совета обратили внимание на образ девушки, используемый в рекламе, а именно на ее одежду, указав на то, что рваные шорты не совсем связаны со спортом, подобная одежда в спортзал чаще выбирается в иных (неспортивных) целях. К тому же фраза «хочу тебя» не является публичным выражением.

Один из членов Экспертного совета указал, что при виде данной рекламы за рулем автомобиля испытал возмущение и не мог даже сразу понять объект

рекламирования.

Также были высказаны отдельные мнения о том, что данная реклама не содержит ничего непристойного. Главная функция рекламы – привлечь внимание, в данном случае цель достигнута.

Представитель рекламодателя отметила, что действительно после размещения данного баннера усилился клиентский поток и были закрыты планы по продажам абонементов.

Относительно посещения зала в таком виде как на рекламе, представитель указал, что фитнес-клуб имеет разные профили, соответственно отличается внешний вид посетителей. На вопрос члена Экспертного совета о том, ориентирована ли данная реклама только на мужчин, представитель указал, что фитнес-клуб рассчитан и на мужчин, и на женщин.

После обсуждения на открытое голосование поставлены следующие вопросы:

1. Использовано ли в указанной рекламе непристойное выражение (в совокупности с образом)?
2. Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в рекламе использованных выражений (в совокупности с образом)?

По результатам голосования члены Экспертного Совета решили, что в указанной рекламе использовано непристойное выражение (в совокупности с образом) (6 голосов из 10); в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в рекламе использованных выражений (в совокупности с образом) не допустимо (6 голосов из 10).

По результатам голосования по указанным в повестке вопросам члены Экспертного совета решили признать, что в представленной рекламе используется непристойное выражение (в совокупности с образом); признать, что в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в рекламе использованных выражений (в совокупности с образом) не допустимо.

К материалам дела № 034/05/5-40/2020 приобщен протокол указанного заседания экспертного совета.

Определением от 12.03.2020 рассмотрение дела № 034/05/5-40/2020 было отложено на 23.03.2020 в связи с отсутствием кворума состава Комиссии по рассмотрению дела.

На заседании Комиссии 23.03.2020 представитель ИП С.И.С. не явился, ходатайства, дополнительные пояснения не поступали.

Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, а также оценив устные и письменные пояснения лиц, участвующих в деле, установила следующее.

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе рекламой признается 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.

Рассматриваемая информация, размещенная на наружной рекламной конструкции, является рекламой, т.к.:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- распространяется посредством наружной рекламной конструкции;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижению на рынке.

Объектом рекламирования выступает фитнес-клуб «Griff».

Согласно 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 позиции ФАС России, изложенной в письме от 29.04.2013 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.

При этом, как отмечает ФАС России в этом письме, 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 единого мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

В рассматриваемой рекламе изображена девушка в открытом спортивном белье, которое чуть закрывает ягодицы.

Фразы в рекламе «ХОЧУ ТЕБЯ» и «ДАВАЙ ЗАЙМЕМСЯ» выделены большим шрифтом, что акцентирует внимание именно на этих фразах. Реклама ориентирована на дорогу и с учетом размера шрифтов и очень ограниченного времени восприятия рекламы со стороны потребителей находящихся в проезжающем автомобильном транспорте, остальной текст рекламы остается недоступным для восприятия.

Более доступный в виду гораздо большего размера текст, а также образ девушки в совокупности придают непристойное значение рассматриваемой рекламе.

На первый взгляд объект рекламирования (фитнес-клуб) даже не очевиден. Внимание потребителей сознательно смещается в сторону полуобнаженного образа девушки с акцентом на оголенные ягодицы и выделенные фразы. Использованный образ девушки и выделенный текст «ХОЧУ ТЕБЯ» и «ДАВАЙ

ЗАЙМЕМСЯ» намеренно провокационны.

Сама фраза «ХОЧУ ТЕБЯ», в особенности с продолжением «ДАВАЙ ЗАЙМЕМСЯ» имеет однозначный сексуальный смысл – предложение вступить в половую связь. Такая тема является интимной, приватной и недопустимой для публичной демонстрации и обсуждения, в том числе для размещения и демонстрации неопределенному кругу лиц в рекламе.

Рассматриваемая реклама фитнес-клуба «Griff» размещена наружно вдоль центральной дороги Волгограда с достаточно плотным автомобильным движением, ориентирована на восприятие ее в основном со стороны водителей и пассажиров автомобилей, проезжающих по дороге, что говорит о большом количестве людей, которые могли увидеть данную рекламу. Исходя из информации из сервиса «google maps» расстояние от рекламной конструкции до Детской школы искусств составляет менее 100 метров. Таким образом, указанную рекламу могут увидеть также большое количество детей.

Как указал представитель рекламодателя на заседании Экспертного совета, после размещения указанной рекламы, у фитнес - клуба усилился клиентский поток, были закрыты планы по продажам абонементов. Использованный в рекламе образ девушки в сочетании с выделенным текстом «ХОЧУ ТЕБЯ» и «ДАВАЙ ЗАЙМЕМСЯ» намеренно провокационный и нацелен на привлечение большего внимания потребителей. Однако, прием привлечения потребителя с помощью непристойных образов и выражений с провокационными намеками, используемый в рекламе, недопустим с точки зрения действующих в обществе норм морали и нравственности.

Согласно Положению об Экспертном совете по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области, утвержденному приказом Волгоградского УФАС России № 64 от 17.05.2017г (с изменениями внесенными приказами № 142 от 19.09.2017г., № 100 от 26.07.2018, № 136 от 10.09.2019) Экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Волгоградском УФАС России). Его решения имеют рекомендательный характер и учитываются Управлением при принятии решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации. Решения принимаются большинством голосов.

Члены Экспертного совета на заседании 17.02.2020 решили, что в рассматриваемой рекламе используется непристойное выражение (в совокупности с образом); признать, что в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в рекламе использованных выражений (в совокупности с образом) не допустимо.

В связи с вышеизложенным, с учетом восприятия рассматриваемой в деле рекламы потребителями, а также с учетом мнения членов Совета относительно рассматриваемой рекламы, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая в деле реклама нарушает требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушения требований, установленных ч.

6 ст. 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

В рассматриваемом случае рекламодателем выступил ИП С.И.С. (ОГРНИП: 315345600005465, ИНН: 343705371885, Дата присвоения ОГРНИП: 07.07.2015).

В связи с наличием в материалах дела доказательств прекращения нарушения законодательства о рекламе, Комиссия не усматривает необходимость в выдаче ИП С.И.С. (ОГРНИП: 315345600005465, ИНН: 343705371885, дата присвоения ОГРНИП: 07.07.2015) предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закон о рекламе и в соответствии с п. 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать наружную рекламу фитнес-клуба «Griff» с текстом: «ХОЧУ ТЕБЯ пригласить в фитнес-клуб GRIFF ДАВАЙ ЗАЙМЕМСЯ фитнесом вместе ул. Двинская, 15 [www.scgriff.ru/](http://www.scgriff.ru/) 8(8442) 522-522», распространяемую с 15 ноября 2019 года по 29 января 2020 года на территории Волгограда, ненадлежащей нарушающей требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для принятия решения о возбуждении административного производства по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ИП С.И.С. (ОГРНИП: 315345600005465, ИНН: 343705371885, дата присвоения ОГРНИП: 07.07.2015).

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.