

## РЕШЕНИЕ

по делу № 04-5/74

Резолютивная часть решения оглашена 04 декабря 2018г.

В полном объеме решение изготовлено 06 декабря 2018г.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...> – руководитель управления

Члены Комиссии:

<...> – начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

<...> – главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

<...> – ведущий специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев дело № 04-5/74 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения требований части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе»,

в отсутствие заявителей, извещенных надлежащим образом о дате, месте и времени рассмотрения дела,

в присутствии представителя ООО «Премимум» <...> (по доверенности),

### **УСТАНОВИЛА:**

На рассмотрении Хабаровского УФАС России находятся заявления граждан (вх. № 4/10978э от 27.09.18г., № 4/11044э от 28.09.18г., № 4/11667 от 15.10.18г.) о нарушении требований рекламного законодательства при распространении в г. Хабаровске по адресам: пересечение улиц Ленина и Вострецова, пересечение улиц Ленина и Комсомольская, д. 42, ул. Тургенева, 36, наружной рекламы салона нижнего белья «Парижанка».

По мнению заявителей, распространяемые салоном нижнего белья «Парижанка» наружные рекламы недопустимы для широкого круга лиц. В результате их размещения происходит нарушение морально-этических норм по отношению к обществу. В жалобах указывается на то, что реклама нижнего белья может быть разной, но в данном контексте изображения являются открытыми и интимными. Кроме того, такого рода рекламы отвлекают внимание водителей транспортных средств, что может в свою очередь может спровоцировать дорожно-транспортное происшествие и безусловно неприемлемо для детского восприятия. В связи с чем, в своих заявлениях потребители просят принять меры по демонтажу указанных выше реклам.

В силу части 6 статьи 5 Федерального закона № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон «О 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 ходе рассмотрения заявлений Хабаровским УФАС России установлено, что реклама распространяется на пересечение улиц Ленина и Вострцова с 01.05.2018г. по 31.12.2018г., пересечение улиц Ленина и Комсомольская, д.42 - с 01.10.2018г. по 31.12.2018г., ул. Тургенева, д. 36 - с 01.10.2018г. по 31.12.2018г.

Кроме того, реклама распространяется на пересечение улиц Пушкина и Ким-Ю-Чена (с 01.05.2018г. по 31.12.2018г.), на ул. Ленинградская (магазин «Радости») (с 01.07.2018г. по 31.12.2018г.), на ул. Калинина, 118 (с 01.09.2018г. по 31.12.2018г.), пересечение Уссурийского бульвара и улицы Дикопольцева (с 01.10.2018г. по 31.12.2018г.).

Согласно информации, содержащейся в Толковом словаре русского языка Ожегова С. И., понятие «непристойный» определяется как неприличный, бесстыдный; «бесстыдный» - противоречащий общественной морали, непристойный; «неприличный» - противоречащий правилам приличия; «приличие» - правило поведения, вежливость, благопристойность.

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 общепринятых общественных отношениях (социуме) не принято открыто демонстрировать людей в нижнем белье.

К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Используемый в рекламе образ женщины открыто демонстрирует полуобнаженное женское тело, нарушая традиционно сложившиеся в обществе нравственные нормы, кроме того, такая демонстрация является неприличной и оскорбительной, поскольку противоречит правилам приличия, нормам общественной морали и нравственности.

Оценка на предмет этичности рассматриваемой рекламы проводится с точки зрения принятых подходов ФАС России. Так, ФАС России в письме от 29.04.2013г. № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» указала, что вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. При этом очевидно, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее). Соответственно, одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения её этичности

различными категориями населения. При этом, по мнению ФАС, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

В связи с чем, на сайте Хабаровского УФАС России с 02.10.2018г. по 09.11.2018г. проведен опрос потребителей относительно восприятия ими образа, содержащегося в рекламе, расположенной на пересечение улиц Ленина и Вострецова, Ленина и Комсомольская, д. 42.

В опросе участвовало 507 человек, из них 38,1% опрошенных считают этот образ непристойным, 22,1% опрошенных считают его оскорбительным.

Аналогичный опрос с 23.10.2018г. по 09.11.2018г. проведен относительно восприятия образа, содержащегося в рекламе, расположенной в районе ул. Тургенева, 36.

В опросе участвовало 268 человек, из них 32,8% респондентов считают образ непристойным, 41,8% опрошенных считают образ непристойным с учетом доступности восприятия данного образа несовершеннолетними детьми, 16% респондентов считают его оскорбительным.

Кроме того, на адрес электронной почты Хабаровского УФАС России, за период проведения опроса, поступило 34 письма потребителей относительно рекламы, расположенной на пересечение улиц Ленина и Вострецова, Ленина и Комсомольская, д. 42. Из них 10 человек считают образ непристойным, 5 человек считают его оскорбительным.

Относительно рекламы, расположенной в районе ул. Тургенева, 36, поступило 1 письмо. Респондент считает образ непристойным и оскорбительным.

С учетом данного подхода, результаты проведенного Хабаровским УФАС России опроса позволяют признать использованный в рекламе образ непристойным и оскорбительным, и, следовательно, использование данного образа в рекламе противоречит части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

В процессе рассмотрения дела представитель ООО «Премиум» не согласился с выявленным нарушением, пояснив, что образы, размещенные на рекламных конструкциях не оскорбляют своим видом кого-либо из граждан, рекламы выполнены в сдержанной форме и не несут очевидной демонстрации наготы. Кроме того, ставится под сомнение результаты проведенного антимонопольным органом опроса потребителей в отношении распространяемой Обществом рекламы, а именно: при суммировании данных результатов опроса общее количество проголосовавших не соответствует 100% количеству участвующих в опросе. По вопросу восприятию рассматриваемых реклам несовершеннолетними, рекламы распространяются на расстоянии более чем 100 метров от детских, образовательных и тому подобных учреждений.

Данные доводы отклоняются Хабаровским УФАС России по следующим основаниям.

1. Факт того, что рекламу салона нижнего белья «Парижанка» считают непристойной значительная часть потребителей рекламы, подтверждается результатами опросов, произведенных на сайте Хабаровского УФАС России,

поступившими в адрес управления электронными письмами, а также личными обращениями граждан в антимонопольный орган. Размер рекламных конструкций, места размещения рекламы лишают возможности потребителей, которые в силу своего воспитания, религиозных, философских и иных убеждений считают данную рекламу непристойной, возможности её игнорировать (не обращать внимания). В соответствии с законодательством Российской Федерации реклама предназначена для неопределенного круга лиц, в том числе и для данной категории, в связи с чем закон о рекламе налагает запрет на распространение рекламы, которая оскорбляет чувства каких-либо граждан. Рассматриваемые рекламы концентрируют внимание не на объекте рекламирования (магазин «Парижанка»), а на демонстрации полуобнаженного женского тела, используя интимные его части для всеобщего обозрения в общественных местах. Совокупность всех элементов зрительного воздействия на потребителей размещенных Обществом реклам: откровенные позы женщин в рекламах, степень обнаженности, свидетельствуют о том, что используемые в рекламах образы являются непристойными и оскорбительными.

2. Подсчет процентов голосов на сайте Хабаровского УФАС России осуществляется по каждому вопросу в отдельности и между собой не подлежат суммированию.

3. О распространении рекламы на расстоянии более чем 100 метров от детских, образовательных и иных учреждений несостоятелен виду того, что нарушение не вменялось.

В соответствии с частью 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение части 6 статьи 5, ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель.

Установлено, что рекламодателем является ООО «Премиум» (ИНН 2723147256, место нахождения: 680000, г. Хабаровск, ул. Истомина, д. 14, кв. 37).

Данный факт подтверждается договором аренды № 77/18 от 23.04.2018г., заключенным между ООО «РГ «Прайм Тайм» и ООО «Премиум» и договором аренды рекламных конструкций № 29/2018 от 11.09.2018г., заключенным между ИП Мамурин Г.К. и ООО «Премиум».

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1,2 статьи 36 Федерального Закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащими наружные рекламы, распространенные ООО «Премиум» на стендовых конструкциях в г. Хабаровске по адресам: ул. Тургенева, 36, пересечение улиц Ленина и Вострецова, пересечение улиц Ленина и Комсомольская, д. 42, поскольку в них нарушены требования части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Премиум» обязательное для исполнения предписание о прекращении нарушения законодательства РФ.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского

УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 06 декабря 2018 года.

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