

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО ТЮМЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**

148, г. Тюмень, ул. Холодильная, 58а  
31-55

тел. 50-

---

---

**РЕШЕНИЕ №Р17/26-05**

25.07.2017 г.

г. Тюмень

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:	<...>	-	заместителя руководителя управления;
Члены Комиссии:	<...>	-	заместитель начальника отдела КСЗ,
	<...>	-	специалист-эксперт отдела КСЗ,

рассмотрев дело № Р17/26-05, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

в отсутствие заявителя – <...>, уведомленной надлежащим образом (почтовый идентификатор – <...>);

в присутствии представителей лиц, в действиях которых усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе:

представителя ИП <...> (<...>) – <...> (представителем предъявлен паспорт и доверенность от 24.07.2017г.),

представителя ИП <...> (<...>) – <...> (представителем предъявлен паспорт и доверенность от 20.07.2017г.),

**УСТАНОВИЛА:**

Тюменским УФАС России в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ (далее - Закон о рекламе), в

рамках реализации полномочий антимонопольного органа по государственному надзору за соблюдением законодательства РФ о рекламе, при рассмотрении обращения <...> (вх.№2862 от 14.04.2017), поступившего из МКУ «Комитет по рекламе», был выявлен факт размещения на рекламной конструкции (пилон), установленной по адресу: г. Тюмень, ул. Ленина, остановочный пункт движения маршрутных транспортных средств «Центральный рынок», рекламы следующего содержания: «Раскрой свои желания. <...> магазин фантазий. 18+ ул. Орджоникидзе, <...> тел. <...>» и изображением открытого декольте девушки.

Определением от 26.05.2017г. № Р17/26-05 возбуждено дело № Р17/26-05 по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Согласно письменным пояснениям, представленным ИП <...> и ИП <...> рассматриваемая рекламная информация размещалась в соответствии с договором № <...> от 01.12.2016 г. возмездного оказания услуг. Демонстрация постеров производилась на рекламных конструкциях (пилон) по адресам: г. Тюмень, ул. Ленина, остановочный пункт движения маршрутных транспортных средств «Центральный рынок» в период с 01.03.2017 г. по 31.05.2017; г. Тюмень, ул. Орджоникидзе, остановочный пункт движения маршрутных транспортных средств «Областная библиотека» в период с 01.04.2017 по 31.05.2017г. С 01.06.2017г. договор № <...> от 01.12.2017г. расторгнут. Макет для размещения разработан и предоставлен ИП <...>.

Представители лиц, в действиях которых усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе, указанные доводы подтвердили и заявили, что с вменяемым нарушением не согласны, поскольку изображение декольте не обнажает интимные части тела, то есть выглядит пристойно.

**Комиссия, заслушав представителей лиц, участвующих в деле и исследовав имеющиеся материалы дела, пришла к следующим выводам.**

Согласно статье 3 Закона о рекламе, *рекламой* является 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; *объект рекламирования* - 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; товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот; *ненадлежащая реклама* - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Независимо от формы или используемого средства распространения, реклама должна быть распознаваема без специальных знаний или без применения технических средств непосредственно в момент ее представления именно как реклама.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке, сформировать к нему положительное отношение и закрепить его образ в памяти потребителя.

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, где объектом рекламирования выступает магазин «А».

Согласно части 4 статьи 2 Закона о рекламе, специальные требования и ограничения, установленные в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу средств индивидуализации таких товаров, их изготовителей или продавцов, за исключением случая, если реклама средств индивидуализации отдельного товара, его изготовителя или продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого законом установлены специальные требования и ограничения.

Как следует из [части 1 статьи 5](#) Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускаются. Реклама является средством продвижения товаров, работ и услуг, а также самого изготовителя или продавца рекламируемого товара на определенном рынке. Вместе с тем способ, форма и средства распространения соответствующей информации имеет существенное значение. Ненадлежащей рекламой согласно [подпункту 4 статьи 3](#) Закона о рекламе является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

В соответствии с [частью 6 статьи 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.

В отношениях, возникающих в связи с рекламой товаров, услуг следует исходить из того, что соответствующая реклама не должна противоречить нормам морали и нравственности, принятым в обществе. Соблюдение такого баланса обеспечивается существующим законодательным запретом на использование в любой рекламе непристойных образов.

Согласно письму ФАС России от 29 апреля 2013 г. N 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.

Согласно информации, содержащейся в Толковом словаре русского языка под редакцией С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой понятие "непристойный" определяется как "неприличный, бесстыдный"; "неприличный - противоречащий правилам приличия"; "приличие - правило поведения, вежливость, благопристойность".

Согласно Международному [кодексу](#) рекламной практики, принятому на 47-ой сессии Исполнительного совета Международной торговой палаты (с изменениями и дополнениями от 02.12.1986), определяющему основные принципы рекламы, вся реклама должна быть законной, пристойной, честной и достоверной. Всякая реклама должна разрабатываться с высокой степенью ответственности перед обществом.

Согласно [статье 1](#) Кодекса, реклама не должна содержать заявлений или изображений, нарушающих общепринятые нормы пристойности.

В соответствии с [разделом](#) "Интерпретация" реклама должна оцениваться по тому действию, которое она может оказать на потребителя, с учетом конкретного рекламоносителя.

Как указано в Информационном [письме](#) Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе", при оспаривании в суде факта распространения рекламы с нарушением требований [Закона](#) соответствующая реклама должна оцениваться по тому воздействию, которое она может оказать.

В рассматриваемой рекламе демонстрируется зона декольте крупным

планом, а также в совокупности со словосочетанием «Раскрой свои желания <...> магазин фантазий 18+» эксплуатирует женский образ и поддерживает интерес к сексу.

В данной рекламе магазина «А», словосочетание «Раскрой свои желания» приобретает фривольный смысл (не вполне пристойный, нескромный), рассматриваемая реклама содержит адресованное потребителям рекламы предложение «раскрыть свои желания», то есть раскрыть скрытые сексуальные желания.

Следовательно, рассматриваемая реклама содержит адресованное потребителям рекламы предложение раскрыть то, что скрыто от общепринятых норм морали и нравственности, воспринимается потребителями мужского и женского пола как провоцирующая, порождающая смысловую неоднозначность.

Непристойным в указанной рекламе является совокупность слов «Раскрой свои желания», а так же сексуальный подтекст, переданный посредством образа и изображения глубокого женского декольте, поскольку такое содержание рекламы нарушает такие нормы этики, как благопристойность, нравственность, целомудрие, ассоциируется с интимными желаниями и товарами интимного характера, что позиционирует поведение, противоречащие общепринятым нормам морали и нравственности.

При квалификации нарушений части 6 статьи 5 Закона о рекламе антимонопольные органы вправе принимать во внимание различные материалы и документы, в том числе экспертные исследования и оценки. В частности, мнение специалиста имеет значение при оценке рекламы, восприятие которой может быть различным для разных групп населения, например, при выяснении непристойных и оскорбительных образов и выражений в рекламе.

Данная реклама была вынесена на обсуждение членов Экспертного Совета по применению законодательства о рекламе при Тюменском УФАС России, заседание которого состоялось 13.06.2017г.

Члены Экспертного совета отметили, что на территории г.Тюмени, магазин «А» широко известен жителям ассортиментом товаров интимного характера. Изображение зоны декольте, выполненное крупным планом с расстегивающейся молнией, к которой прикреплена этикетка с фразой «<...>магазин фантазий» и фраза «Раскрой свои желания» - эксплуатирует интерес к сексу, о чем так же свидетельствует наличие значка 18+.

Члены Экспертного совета отметили, учитывая специфичность

рекламируемых товаров, недопустимость такого рода рекламы способом размещения на рекламных конструкциях остановочных комплексов маршрутных транспортных средств, так как она становится доступной всем категориям населения города Тюмени, в том числе несовершеннолетним.

Члены Экспертного совета решили единогласно, что реклама магазина фантазий «А» содержит в себе признаки нарушений ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

Основной вид деятельности сети магазинов «А» составляет розничная торговля товарами интимной гигиены и изделиями эротической направленности. Ассортимент товаров интимного характера магазина «А» хорошо известен жителям г.Тюмени. Осведомленность об ассортименте товаров, в совокупности со словосочетанием «Раскрой свои желания <...> магазин фантазий 18+» и изображением зоны декольте, выполненным крупным планом с расстегивающейся молнией, вызывает у потребителей рекламы стойкие ассоциации с сексуальными образами, желаниями, поддерживает интерес к сексу, что придает рассматриваемой рекламе непристойность.

В соответствии с разъяснениями, изложенными в п. 16 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 18.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» по делам о привлечении лиц к административной ответственности, предусмотренной статье 14.3 КоАП РФ, за использование ими в рекламе бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных (то есть крайне предосудительных и недопустимых ввиду неприличия) и (или) оскорбительных (то есть способных причинить обиду) специальных знаний, как правило, не требуется.

В силу вышеизложенных норм права и разъяснений ВАС РФ, понятие нравственности, в том числе и в рекламе, является оценочным. Критерии отнесения изобразительных образов и выражений к непристойным законодательством РФ не установлены и субъективны для каждого конкретного случая.

Вывод о признании рекламы непристойной или обратный вывод делается должностным лицом (лицами) административного органа, рассматривающего соответствующее дело, или судом исходя из собственного восприятия и оценки рассматриваемой рекламы и иных собранных по делу материалов.

Заголовок «Раскрой свои желания» означает «оказаться в состоянии, в силах сделать что-либо, получить возможность раскрыть свои желания» и в литературном языке требует присутствие инфинитива, конкретизирующего содержание, направленность желаний. Отсутствие такового порождает лексическую двусмысленность, недоговоренность, что в обиходной речи, как правило, связывают с интимной темой.

А так же, заголовок, в совокупности с изображением глубокого декольте девушки с расстегивающейся молнией эксплуатирует заложенный в нем сексуальный подтекст, что так же придает рекламе непристойность.

Данная реклама нарушает принятые в обществе нормы морали и нравственности, так как потребителем рекламы является не только целевая аудитория, на привлечение внимания которой данная реклама направлена, но и иные категории граждан, в том числе несовершеннолетние дети.

Это ведет к тому, что невольными потребителями данной рекламы могут стать дети и граждане, для которых в силу религиозных, философских, политических убеждений указанное изображение с используемым текстом являются неприемлемым и оскорбительным.

В силу требований п. 1 ст. 14 Федерального закона от 03.07.1999 №31 «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации», ребенок должен быть защищен от информации, пропаганды и агитации, наносящей вред его здоровью, нравственному и духовному развитию.

Использование в рекламе описанного изображения может негативно влиять на формирование образа женщины у детей, а именно, указывать на правильность поведения по демонстрации гендерных признаков, пропагандировать непристойность.

Таким образом, реклама следующего содержания: «Раскрой свои желания <...> магазин фантазий 18+ ул. Орджоникидзе, <...> тел. <...>» и изображением глубокого декольте девушки. По адресу: г. Тюмень, ул. Ленина, остановочный пункт движения маршрутных транспортных средств «Центральный рынок», нарушает требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку в ней присутствует непристойное изображение декольте девушки в совокупности с текстовыми фразами, поддерживающими интерес к сексу.

В соответствии с частью 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель-изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Материалами дела установлено, что ИП <...> является рекламодателем.

Таким образом, ответственность за распространение вышеуказанной рекламы у рекламодателя отсутствует.

Материалами дела установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является <...> (адрес места нахождения: <...>).

Таким образом, в действиях <...>, содержатся нарушения требований ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

Согласно части 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно [пункту 44](#) Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Решая вопрос о выдаче предписания стороне по делу, Комиссия исходит из следующего.

Согласно представленному, письменному пояснению ИП <...> (вх.№5697 от 21.06.2017г.) с 31.05.2017г. данная реклама не распространялась.

На основании изложенного, Комиссия приходит к выводу об отсутствии необходимости в выдаче предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 2 части 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения



**РЕШИЛА:**

1. Признать рекламу, следующего содержания: «Раскрой свои желания <...> магазин фантазий 18+ ул. Орджоникидзе, <...> тел. <...>» и непристойным изображением открытого декольте девушки. По адресу: г. Тюмень, ул. Ленина, остановочный пункт движения маршрутных транспортных средств «Центральный рынок», **ненадлежащей**, поскольку в ней нарушены требования ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.06 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание об устранении нарушения законодательства о рекламе не выдавать в связи с отсутствием оснований для его выдачи.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Тюменского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме \_\_\_\_\_ года. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель  
комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>