

Комиссия Забайкальского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – руководитель управления;

члены Комиссии:

главный государственный инспектор отдела антимонопольного контроля и рекламы;

специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы;

специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля и рекламы;

в присутствии:

– помощника прокурора Центрального района г. Читы;

в отсутствие:

- представителя ООО «Клуб»;

- представителя ООО «Версаль»;

- ИП Поваляева А.Г.,

рассмотрев дело № 49 по признакам нарушения рекламодателем – ООО «Клуб», ООО «Версаль» части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) и рекламораспространителем ИП Поваляевым А.Г. части 10.2 статьи 5 Закона о рекламе;

УСТАНОВИЛА:

Прокуратурой Центрального района г. Читы в адрес Забайкальского УФАС России, для определения наличия (отсутствия) нарушений требований Закона о рекламе, была направлена реклама, следующего содержания: «VIOLET, PRIVATE CLUB, ул. Н. Островского, 15а, 319-319», с изображением девушки и мужчины.

В ходе мониторинга, проводимого на основании статьи 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Забайкальским УФАС России установлены факты, распространения указанной выше рекламы по адресу Забайкальский край, г.Чита, ул. Ленина 55 и ул. Н. Островского, 15а.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама - это 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.

Пункт 2 статьи 3 Закона о рекламе определяет объект рекламирования как 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.

Указанная выше информация, соответствует понятию рекламы, закрепленному в действующем законодательстве, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и способствует продвижению на рынке объекта рекламирования.

Объектом рекламирования в данном случае является «приват-клуб «VIOLET»».

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Указанная выше реклама содержит признаки нарушения части 6 и части 10.2 статьи 5 Закона «О рекламе».

Определением от 21 ноября 2014 года возбуждено дело № 49 по признакам нарушения закона о рекламе в отношении рекламоделателя – ООО «Клуб» и рекламораспространителей ИП Поваляевой О.Г. и ИП Поваляевым А.Г. части 10.2 статьи 5 Закона о рекламе.

Определением от 19 декабря рассмотрение дела № 49 рассмотрение в отношении ИП Поваляевой О.П. – прекращено.

Определением от 30 марта 2015 года ООО «Версаль» признано лицом действия которого содержат признаки нарушения Закона о рекламе.

14 апреля 2015 года, ООО «Клуб» и ООО «Версаль» представителей на рассмотрение дела № 49 не направили, документы запрашиваемые Забайкальским УФАС России не представили.

ИП Поваляев А.Г. на рассмотрение дела № 49 не явился.

ИП Поваляевым А.Г. представлены письменные пояснения, из которых следует, что ИП Поваляев А.Г. разместил рекламу клуба «VIOLET» на своих рекламных конструкциях по собственной инициативе и на безвозмездной основе. Договора на размещения рекламы с ООО «Версаль» и ООО «Клуб» не заключал, макет рассматриваемой рекламы не согласовывался.

Комиссия Забайкальского УФАС России, рассмотрев обстоятельства дела, исследовав имеющиеся в материалах дела документы и доказательства, установила следующее.

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.

Слово "непристойный" в соответствии с Толковым словарем русского языка С.И. Ожегова означает "неприличный, бесстыдный". Слово "Бесстыдный" согласно вышеуказанному словарю означает "лишенный чувства стыда, противоречащий общественной морали, непристойный". "Неприличный" - противоречащий правилам приличия. "Приличие" - правило поведения, вежливость, благопристойность.

Таким образом, непристойным образом является неприличный, бесстыдный образ, то есть образ, который интерпретируется воспринимающим субъектом как нечто бесстыдное, в чем отсутствуют приличия, что не соответствует нормам поведения, что оскорбляет принятые в обществе нормы сексуальной этики и табу" ..

Указанная реклама распространялась на центральной улице города, следовательно, доступна для всех без исключения категорий граждан, в том числе и несовершеннолетнего возраста.

В соответствии с частью 2 статьи 5 Федерального закона от 29 декабря 2010 г. N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", к информации, запрещенной для распространения среди детей, относится, в том числе, информация отрицающая семейные ценности и формирующая неуважение к родителям и (или) другим членам семьи, порнографическая информация.

Понятие информации порнографического характера содержится в [статье 2](#) Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", под которой понимается информация, представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера, в том числе такого действия, совершаемого в отношении животного.

Анализ изображений, используемых в обозначенной рекламе позволяет отнести размещенную информацию к категории порнографической, т.к. в рассматриваемой рекламе, присутствует изображение сопоставимое с половым сношением между мужчиной и женщиной (соприкосновение мужчины и женщины, выражение лиц).

Вышеназванная реклама для некоторых категорий граждан в силу религиозных, философских и иных убеждений может являться оскорбительной.

Правовая защита потребителей от восприятия неэтичной информации закреплена в Конституции Российской Федерации. Так из содержания ст. 29 Конституции РФ следует, что Российское государство гарантирует защиту личных неимущественных прав граждан, в том числе умаление общепризнанных норм морали, нравственности в обществе.

В соответствии с письмом ФАС от 29 апреля 2013 г. N АД/17355/13 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.

Рассматриваемая реклама содержит образы полубоженного мужчины и

полуобнаженной женщины, находящихся в соприкосновении.

Совокупность всех элементов зрительного воздействия на потребителя рекламы, используемых в рассматриваемой рекламе: откровенная поза женщины и мужчины, выражения лиц, степень обнаженности свидетельствует о том, что используемое в рекламе изображение является непристойным и оскорбительным.

В отношениях, возникающих в связи с рекламой товаров, услуг следует исходить из того, что 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. В рассматриваемом случае указанный запрет был нарушен.

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, ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения её этичности различными категориями населения, вполне обоснована. При этом, 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.

Так, 25 сентября 2014 года состоялось заседание Экспертного совета по применению законодательства Российской Федерации о рекламе при Забайкальском УФАС России (Далее - Экспертный совет). По результатам заседания Экспертного совета, указанная выше реклама была признана не соответствующей требованиям Закона о рекламе, а именно признана неэтичной.

Члены Экспертного совета пришли к мнению, что данная реклама отвечает всем признакам порнографической информации.

Таким образом, позиция Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Забайкальскому краю о несоответствии рассматриваемой рекламы требованиям [части 6 статьи 5](#) Закона о рекламе подтверждена членами Экспертного Совета.

Комиссия Забайкальского УФАС России, пришла к выводу, что указанная выше реклама нарушает традиционно сложившиеся в обществе нравственные нормы, так как в российском обществе не существует традиций демонстрации сексуальной жизни, кроме того, такая демонстрация является неприличной и оскорбительной, поскольку противоречит правилам приличия, нормам общественной морали и нравственности, умаляет достоинство женщины.

Таким образом, указанная выше реклама нарушает требования установленные частью 6 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 10.2. статьи 5 Закона о рекламе не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с [Федеральным законом](#) от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред

их здоровью и развитию", в предназначенных для детей образовательных организациях, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организациях, организациях культуры, организациях отдыха и оздоровления детей или на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий указанных организаций.

Указанная выше реклама распространялась возле Забайкальской краевой библиотеки им. Пушкина А.С., по адресу Забайкальский край, г.Чита, ул. Ангарская 34.

В соответствии со статьёй 1 Федерального закона от 29 декабря 1994 г. N 78-ФЗ "О библиотечном деле" библиотека - информационная, культурная, просветительская организация или структурное подразделение организации, располагающие организованным фондом документов и предоставляющие их во временное пользование физическим и юридическим лицам.

Управлением архитектуры и градостроительства комитета по развитию инфраструктуры был представлен ответ на запрос Забайкальского УФАС России, из которого следует, что расстояние между рассматриваемыми рекламными конструкциями и зданием библиотеки им. Пушкина составляет 220 и 290 м, и 290 м. соответственно, таким образом, факт нарушения ИП Повалевым А.Г. требований части 10.2 статьи 5 Закона о рекламе не подтвердился, в связи с тем, что расстояние между рекламными конструкциями и библиотекой Им. Пушкина составляет более чем 100 метров.

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

Рекламодателем в силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы.

В ходе подготовки к рассмотрению дела № 49 Забайкальским УФАС России был направлен запрос в Управление потребительского рынка администрации городского округа «Город Чита», по предоставлению информации об объекте потребительского рынка осуществляющего деятельность по адресу: г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А.

Управлением потребительского рынка была представлена информация, из которой следует, что по адресу г. Чита, ул. Н. Островского 15 А деятельность осуществляет ООО «Клуб» и ООО «Версаль».

ООО «Клуб» зарегистрирована деятельность по сдаче внаем собственного нежилого недвижимого имущества по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н.

Островского, 15 А .

ООО «Версаль» зарегистрированы два объекта потребительского рынка- бар, по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А. и клуб по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А (зрелищно-развлекательная деятельность).

Забайкальским УФАС России совместно с прокуратурой Центрального района , был осуществлен выезд с целью установления лица осуществляющего деятельность по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А., заявленному в рассматриваемой рекламе.

В ходе указанного выезда установлено, что деятельность по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А., под коммерческим обозначением «VIOLET, PRIVATE CLUB», осуществляет- ООО «Версаль»(ОГРН 1067536051615).

Кроме того, в ходе рассмотрения дела установлено, что изображение рассматриваемой рекламы полностью совпадает с изображением на вывеске у входа в приват –клуб «VIOLET», расположенной по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А.

Согласно разъяснениям, изложенным в пункте 16 [Информационного письма](#) Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе" (далее - [Информационное письмо](#) N 37), информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама данного товара.

Оценив содержание рассматриваемой рекламы, размещенной на территории г. Читы, антимонопольным органом установлено, что она адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к услугам, оказываемым клубом «VIOLET», формирует и поддерживает интерес потребителей к ним, следовательно, является рекламой услуг Клуба «VIOLET», расположенного по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А.

Таким образом, в ходе рассмотрения дела № 49 установлено, что указанная выше реклама распространялась в интересах Клуба «VIOLET», расположенного по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А, где свою деятельность осуществляет ООО «Версаль».

Таким образом, рекламодателем является ООО «Версаль».

По информации представленной Управлением потребительского рынка администрации городского округа «Город Чита», разрешение на установку рекламных конструкций по адресу Забайкальский край, г. Чита, ул. Ленина, 55 выдано Поваляеву А.Г., разрешение на установку рекламной конструкции по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А выдано Поваляевой О.П.

ИП Поваляевой О.П. представлены письменные пояснения к определению о возбуждении дела № 49, из которых следует, что Поваляева О.П. передала в пользование рекламные конструкции, принадлежащие ей на основании

разрешения на установку рекламных конструкций, Поваляеву А.Г., на основании Договора передачи прав пользования от 1 января 2014 года.

ИП Поваляевой О.П. заявлено ходатайство об исключении её из лиц участвующих в деле, в связи с тем, что она передала права пользования рекламными конструкциями Поваляеву А.Г.

Определением от 19 декабря рассмотрение дела № 49 рассмотрение дела № 49 в отношении ИП Поваляевой О.П. – прекращено.

ИП Поваляевым А.Г. представлены письменные пояснения из которых следует, что ИП Поваляев А.Г. разместил рекламу клуба «VIOLET» на своих рекламных конструкциях по собственной инициативе и на безвозмездной основе. Договора на размещения рекламы с ООО «Версаль» и ООО «Клуб» не заключал, макет рассматриваемой рекламы не согласовывался.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Таким образом, ИП Поваляев А.Г. является рекламодателем.

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

Комиссия Забайкальского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе, изучив имеющиеся материалы дела, пришла к выводу, что ООО «Версаль», являясь рекламодателем указанной выше рекламы, имело возможность для соблюдения требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе; пунктами 37, 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденных Постановлением правительства РФ от 17.08.2006 № 508; пунктом 3.58 Административного регламента Федеральной антимонопольной службы по исполнению государственной функции по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе, утвержденного приказом ФАС от 23.11.2012 № 711/12, Комиссия,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу ООО «Версаль», распространявшуюся по адресу: г.Чита, ул. Ленина 55 и ул. Н. Островского, 15а., следующего содержания: «VIOLET, PRIVATE CLUB, ул. Н. Островского, 15а, 319-319», с изображением девушки и мужчины, поскольку она нарушает требования установленные частью 6 статьи 5 Закона о рекламе.

2. Признать ООО «Версаль» (ОГРН 1067536051615) нарушившим требования

установленные частью 6 статьи 5 Закона о рекламе.

3. Рассмотрение дела № 49 в отношении ООО «Клуб» прекратить

4. Рассмотрение дела № 49 в отношении ИП Поваляева А.Г. прекратить.

5. Выдать ООО «Версаль» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

6. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Забайкальского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Председатель Комиссии

Члены Комиссии: