

от "10" декабря 2014 г.

г. Киров

РЕШЕНИЕ по делу № 106

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

Председателя Комиссии – Молчанова А.В. – руководителя управления и членов Комиссии: Метелевой Н.В. – начальника отдела финансовых рынков и рекламы, Коробейниковой М.А. – специалиста 1 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;

в присутствии:

-<...> – лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, по паспорту;

протокол вела Жданова М.В. – специалист 1 разряда отдела финансовых рынков и рекламы;

рассмотрев дело № 106 по признакам нарушения <...> (г. Киров, ул. Красной Звезды, д. 7 б, кв. 11) ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе» № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. (далее по тексту ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В Кировское УФАС России из ООПАЗ УОООП УМВД России по Кировской области по подведомственности направлено обращение физического лица от 10.10.2014г. (вх. № 4514) по признакам нарушения рекламного законодательства при размещении наружной рекламы следующего содержания: «СЕКС не предлагаю, но интернет подключить могу: 290 руб. – GT – 90 интернет 90 мбит/с; 390 – GTI пакет 2 в 1 интернет 70 мбит/с, цифровое телевидение 112 каналов. Звони для подключения: 8-982-388-60-48 Даниил».

Заявитель считает, что указанный рекламный модуль нарушает действующее законодательство и общественно морально-этические нормы, а так же не соответствует объекту рекламирования — услугам по установке интернета, так как изображена женская грудь. Кроме того, данный образ не может являться средством для рекламирования услуг по установке интернета, поэтому имеет место быть факт непристойной рекламы.

На основании [части 6 статьи 5](#) ФЗ «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.

Таким образом, спорная реклама с изображением женской груди размещена с признаками нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Как следует из объяснений, взятых сотрудником ООПАЗ УОООП УМВД России по Кировской области, рекламодателем спорной рекламы является физическое лицо <...>.

Учитывая тот факт, что спорная реклама содержит признаки нарушения ч. 6 ст.5 ФЗ «О рекламе», ответственность за которое в соответствии с ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» несет рекламодатель, было возбуждено производство по делу в отношении <...>.

Рекламное дело к рассмотрению было назначено на 10.12.14 г. Заявитель, извещенный надлежащим образом, явку на рассмотрение дела не обеспечил, представителя не направил. <...>, извещенный надлежащим образом, явку на рассмотрение дела обеспечил, запрошенные документы не предоставил.

На заседании Комиссии <...> пояснил следующее:

«Я являюсь сотрудником «Ростелеком», но изготовление и размещение спорного рекламного модуля было лично моей инициативой. Так как заработная плата сдельная, мне необходимо привлечь как можно больше клиентов и обслужить их, предоставив услуги связи «Ростелеком». Чтобы реклама дала большой результат, я изготовил спорные рекламные модули и разместил их на рекламных стендах многоквартирных домов в том территориальном квадрате, который за мной закреплен».

Изучив имеющиеся материалы и выслушав всех лиц, участвующих в деле, Комиссия установила, что <...> нарушил ч. 6 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Выводы комиссии основаны на следующем:

Согласно ст.3 Федерального закона от 13.03.2006 года № 38-ФЗ «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.

Спорная информация, размещенная на дверях подъезда по адресу: г. Киров, ул Дзержинского, д. 6 кв. 146, является рекламной, так как предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования и поддержанию интереса к ним, их продвижению на рынке, по своему характеру разовым предложением не является. Так же данный модуль является рекламным, поскольку воспринимается целиком и в совокупности со всей информацией, сопровождающейся художественным оформлением, размещенной на дверях подъезда по адресу: г. Киров, ул Дзержинского, д. 6 кв. 146.

Согласно ч. 1 ст. 5 Федерального закона № 38-ФЗ от 13.03.2006 г. «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная и недостоверная реклама не допускается.

Ненадлежащей признается реклама не соответствующая требованиям законодательства РФ (ст. 3 Закона).

Рассматриваемый рекламный модуль с изображением женской груди и сопровождением надписи: «СЕКС не предлагаю, но интернет установить могу...», не соответствует объекту рекламирования по предоставлению услуг Интернет и кабельного телевидения. Спорная реклама является непристойной, поскольку использованный образ «женской груди» не может являться средством для рекламирования услуг по подключению к Интернету и кабельному телевидению, а так же может нанести вред здоровью и нравственному развитию детей, поскольку использован в форме, несоответствующей нормам морали и нравственности, существующей в современном обществе, что влияет на внутренние установки несовершеннолетних детей по отношению к образу женщины.

В соответствии с ч. 6 ст. 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.

Словарь под редакцией Ушакова раскрывает понятие непристойный – совершенно не допустимый по неприличию, бесстыдству, непристойное телодвижение. Синонимы – распутный, развратный, распущенный, неприличный, бесстыдный. Словарь под редакцией С.И.Ожегова и Н.Ю.Шведова раскрывает понятие бесстыдного – неприличный.

В спорной рекламе в качестве непристойных (неприличных) образов можно рассматривать обнажение женской части тела, а именно груди.

Согласно ст. 14 Федеральному закону «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» от 24.07.1998 г. № 124-ФЗ, «органы государственной власти Российской Федерации принимают меры по защите ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственному и духовному развитию...».

Рассматриваемая реклама оказывает негативное влияние на психическое

развитие детей и подростков, так как вызывает повышенный интерес к обнаженному женскому телу и может способствовать отклонениям в сексуальном развитии.

Таким образом, использованный в спорной рекламе образ «обнаженной женской груди», является непристойным и оскорбительным, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, порочат принятые в обществе нормы морали и нравственности, существенно затрагивают личные неимущественные права неопределенно большого круга лиц. Тем самым нарушается ч. 6 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель, которым является <...>. Нарушение рекламного законодательства произошло по его вине.

Комиссия решила выдать <...> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

В соответствии с ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 4 настоящей статьи, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - 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.

Комиссия считает необходимым привлечь <...> к административной ответственности.

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 28, ст. 33, ст. 36, ст. 38 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей наружную рекламу с изображением «женской груди», размещенную на дверях подъезда по адресу: г. Киров, ул Дзержинского, д. 6 кв. 146 следующего содержания: СЕКС не предлагаю, но интернет подключить могу: 290 руб. – GT – 90 интернет 90 мбит/с; 390 – GTI пакет 2 в 1 интернет 70 мбит/с, цифровое телевидение 112 каналов. Звони для подключения: 8-982-388-60-48 Даниил», так как она противоречит требованиям ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

2. Признать в действиях физического лица <...>, выразившихся в определении содержания рекламы, указанной в п. 1 настоящего решения, которая является непристойной, факт нарушения ч. 6 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

3. <...> выдать предписание об устранении нарушения рекламного законодательства.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ст. 14.3 КоАП РФ, в отношении <...>.

Решение изготовлено в полном объеме 22 декабря 2014 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном ст. 198 АПК РФ.

Председатель Комиссии

А.В. Молчанов

Члены Комиссии

Н.В. Метелева

М.А. Коробейникова