

РЕШЕНИЕ

«03» августа 2023 г.
Брянск

г.

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

заместитель председателя Комиссии:

– зам. руководителя - начальник отдела естественных монополий и рекламы,

члены Комиссии:

- государственный инспектор отдела естественных монополий и рекламы,

– ведущий специалист-эксперт отдела естественных монополий и рекламы,

рассмотрев дело № 032/05/5-539/2023 в отношении ООО «Браво» в присутствии представителя по доверенности от 18.07.2023

УСТАНОВИЛА:

В адрес Брянского УФАС России поступило обращение гражданина (вх. 3776/2023 от 02.06.2023) о нарушении ФЗ «О рекламе» при распространении рекламы на территории г.Брянска, а именно: 01.06.2023 гражданин, проезжая район минерынка г.Брянск, остановившись на светофоре (ост. «Минерынок») к машине подошли полуобнаженные девушки и раздавали флайеры следующего содержания: «Стриптиз бар Зажигалка Девчонки подкатывают первыми Покажи это приглашение и получи: бесплатный вход, приветственный напиток, лэп-танец RUSSTRIPTEASE.COM 88003338868 RUSSTRIPCLUB Предложение действительно для трех персон для девушек вход

в сопровождении мужчин действительно до 25.06.2023 включительно 02».

В соответствии со ст. 3 ФЗ «О рекламе» от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ реклама – это 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, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие.

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; под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Исходя из способа и формы размещения, рассматриваемая информация адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, способствует формированию интереса к нему и его продвижению на рынке, то есть соответствует всем признакам рекламы, установленным пунктом 2 статьи 3 Федерального закона N 38-ФЗ.

Таким образом, рассматриваемая информация (флайер) адресована неопределенному кругу лиц, соответственно является рекламой.

Ненадлежащей признается реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством Российской Федерации в силу ст. 2 ФЗ № 38-ФЗ от 13 марта 2006 года «О рекламе».

Согласно ч. 6 ст. 5 ФЗ «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, религиозных символов, объектов культурного наследия народов РФ, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Изображение женщины на флайере, которая сидит в продуктовой корзине в коротком платье, подняв ноги вверх, с высокими прозрачными каблуками, а также одетыми серебристыми резинками на верхней части ноги создает непристойный и оскорбительный образ. Непристойным образом является неприличный, бесстыдный образ, образ в котором отсутствуют приличия, что не соответствует правилам приличия.

Из содержания общей информации, размещенной на рассматриваемом файере, такой как «девчонки подкатывают первыми», «лэп-танец» можно сделать вывод о том, что в спритиз баре «Зажигалка» оказываются интимные услуги.

Исходя из толкования выражения «лэп-танец» - Lap dance (букв. «танец на коленях») — общее название эротических танцев, исполняемых в ночных клубах либо на коленях у сидящего зрителя в физическом контакте с ним (собственно lap dance), либо в непосредственной близости от него, как правило — на столе или другом возвышении (table dance)⁽¹⁾. Такие танцы практически всегда исполняются женщинами и являются, по сути, разновидностью стриптиза: исполнительница может раздеваться в процессе танца или уже быть частично или полностью обнажённой к моменту его начала (в зависимости от политики заведения). Нередко такой танец исполняется приватно для vip-гостей в закрытых помещениях клуба. Длительность танца, допустимость касания исполнительницы руками и многие связанные с процессом детали могут существенно различаться в зависимости от конкретного клуба, страны и так далее.

Таким образом, изображение в рассматриваемой рекламе стриптиз клуба полуобнаженной женщины в сочетании с выражением «девчонки подкатывают первыми», предложением бесплатного лэп-танца имеет непристойный смысл, оскорбляет чувства граждан, нарушает общепринятые нормы морали, гуманности, нравственности, низводит женщину до объекта реализации низменных инстинктов.

Совокупность всех элементов зрительного воздействия на потребителя рекламы: откровенная поза женщины, расположение в рекламе (изображение женского тела занимает больше половины всей площади рекламы); степень обнаженности свидетельствует о том, что используемое в рекламе изображение является непристойным и оскорбительным.

В ходе рассмотрения дела обществом были предоставлены письменные объяснения, согласно которым к непристойным образам, могут быть отнесены такие образы и выражения, которые нарушают общепринятые модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности. В общепринятых общественных отношениях не принято открыто демонстрировать людей в нижнем белье.

В качестве объекта рекламирования в рекламе следует признавать совокупность всех элементов зрительного воздействия – позы девушки-фотомодели, размер ее изображения относительно прочего изображения рекламы, степень ее обнаженности и расположение в рекламе, привлекающую внимание потребителей к объекту рекламирования – стриптиз-бара Зажигалка.

Общество считает, что рекламное изображение, размещенное на файере,

не содержит непристойного женского образа, образ красивой девушки в коротком платье не может рассматриваться как бесстыдный образ. Серебристые резинки на верхней части ноги выступают лишь как аксессуар, при этом не ассоциируются с непристойным и бесстыдным образом.

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности.

В целях определения наличия либо отсутствия признаков нарушения Закона о рекламе рассмотрение рекламы стриптиз-клуба "Зажигалка" включено в повестку заседания Экспертного совета по рекламе при Брянском УФАС России (далее - Экспертный совет).

Экспертный совет образован в целях рассмотрения вопросов, связанных с применением законодательства Российской Федерации о рекламе, а также выработки предложений по его совершенствованию.

27 июля 2023 г. Брянским УФАС России состоялся Экспертный совет по рекламе при Брянском УФАС России.

По вопросу о том, создает ли непристойный и оскорбительный образ изображение женщины на флайере, которая сидит в продуктовой корзине в коротком платье, подняв вверх ноги, с высокими прозрачными каблуками, а также одетыми серебристыми резинками на верхней части ноги, члены Экспертного совета проголосовали следующим образом: да, данное изображение создает непристойный образ.

По вопросу о том, можно ли из содержания общей информации, размещенной на рассматриваемом флайере, такой как «девчонки подкатывают первыми», «лэп-танец» сделать вывод о том, что в стриптиз-баре «Зажигалка» оказываются интимные услуги, члены Экспертного совета проголосовали следующим образом: да, из содержания информации можно сделать вывод об оказании интимных услуг.

Таким образом, изображение женщины, которая сидит в продуктовой корзине в коротком платье, подняв вверх ноги в обуви с высокими каблуками, более того, на ее ногах одеты чулки (с серебристыми резинками) создает непристойный образ.

В верхней части флайера размещена надпись: «Стриптиз бар: Зажигалка». Стриптиз - не библиотека, потому здесь четко прослеживается ассоциативная связь понятий «стриптиз» и изображения девушки (даже не столько в откровенной одежде, (для лета - платье обычное) сколько - неприлично высоко поднятые ноги. В России женщина, которая публично, в общественных местах (не в спортивном зале и не в спортивной одежде) высоко поднимает ноги так, что видно белье, считается

женщиной легкого поведения.

Стриптиз – эротический танец, в котором избавление от одежды преподносится так, чтобы вызвать у зрителя ассоциации с сексом и возбуждение. Акцент делается не на самой наготы, а на фантазиях и волнительном ожидании. И других трактовок понятию «стриптиз» не находится.

Из содержания информации, размещенной на рекламном флайере: «девчонки подкатывают первыми», «лэп - танец» можно сделать вывод о том, что в стриптиз баре «Зажигалка» оказываются интимные услуги. Девушка сидит в продуктовой корзине как Товар. Со словами «девчонки подкатывают первыми» создается устойчивое понятие, что они предлагают себя как Товар!

Изображение в данной рекламе стриптиз клуба «Зажигалка» полуобнаженной женщины в сочетании с выражением «девчонки подкатывают первыми», а также предложением бесплатного лэп-танца имеет непристойный смысл, оскорбляет чувства граждан, нарушает общепринятые нормы морали, гуманности, нравственности.

Маркетологи, создававшие эту рекламу, руководствовались тем, чтобы сделать заявку на эротику и сексуальность часто применимую в рекламных материалах, но это допустимо в обществе если только не переходит в пошлость.

Таким образом, рассматриваемая реклама нарушает ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

Согласно ст. 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания рекламы лицо.

Рекламодателем и рекламораспространителем данной рекламы и лицом, определившем объект рекламирования, является ООО «Браво» (пр-т Станке Димитрова, д. 15, пом. 1, г. Брянск, 241019).

В соответствии с ч. 6 ст. 38 указанного закона ответственность за нарушение ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Руководствуясь п. 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей распространявшуюся в июне 2023 г. в г. Брянск рекламу стриптиз-клуба «Зажигалка», с нарушением требований ч.6 ст.5 ФЗ «О рекламе».
2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, ввиду того, что на момент признания рекламы ненадлежащей, рекламные флайеры не распространялись.
3. Передать материалы дела должностному лицу для принятия решения о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренное ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении ООО «Браво».

Решение изготовлено в полном объеме «04» августа 2023 г.

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

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии: