

## РЕШЕНИЕ

26 ноября 2013 года

г. Челябинск

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

Л.Н. Галичина – заместитель руководителя —  
начальник отдела контроля за рекламой и  
председатель Комиссии: недобросовестной конкуренцией,

И.П. Баранова – ведущий специалист - эксперт  
отдела контроля за рекламой и  
недобросовестной конкуренцией,

члены Комиссии:  
Н.В. Соболев – ведущий специалист - эксперт  
отдела контроля за рекламой и  
недобросовестной конкуренцией,

Л.Р. Штепа – специалист 1 разряда отдела  
контроля за рекламой и недобросовестной  
конкуренцией;

рассмотрев дело № 97-2013, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «ТриумФФ» (далее – ООО «ТриумФФ»), общества с ограниченной ответственностью «Азбука» (далее – ООО «Азбука») по факту размещения рекламы мужского СПА-салона «Казанова» с использованием рекламной конструкции, установленной в г. Челябинске на пересечении проспекта Ленина и улицы Энгельса, с признаками нарушения пункта 1 статьи 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»,

в присутствии представителя ООО «Азбука» <...> по доверенности от 18.11.2013 (личность удостоверена по паспорту);

представителя ООО «Азбука <...> по доверенности от 14.11.2013 (личность удостоверена по паспорту);

в отсутствие представителя ООО «ТриумФФ», уведомленного надлежащим образом о месте и времени рассмотрения настоящего дела и не заявившего ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие,

## УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области из Челябинской городской Думы для рассмотрения по подведомственности поступило коллективное обращение жителей города Челябинска о распространении в городе Челябинске наружной рекламы СПА-салонов, которая противоречит морально-нравственным устоям общества и наносит непоправимый вред нравственному воспитанию несовершеннолетних. Аналогичное заявление было направлено Челябинской городской Думой в Прокуратуру г. Челябинска.

Одним из фактов распространения такой рекламы в заявлении указана реклама мужского СПА-салона «Казанова», размещенная с использованием рекламной конструкции в г. Челябинске на пересечении пр. Ленина и ул. Энгельса.

Специалистами Челябинского УФАС России проведен осмотр рекламной конструкции, в ходе которого установлено, что в рекламе содержатся сведения: «Relax Spa салон пр. Победы 314а 247-64-34 Сладкое лето... КАЗАНОВА мужской спа-салон ул. Энгельса, 26а, 264-63-27» и изображение лежащей девушки, в надписи «сладкое лето» вместо букв «о» нарисована клубника.

Также Челябинским УФАС России проведен в сети Интернет поиск организации, осуществляющей деятельность в СПА-салоне «Казанова», по результатам которого установлено, что деятельность в указанном СПА-салоне осуществляет ООО «ТриумФФ».

По факту распространения рекламы СПА-салона «Казанова» Челябинским УФАС России возбуждено дело по признакам нарушения пункта 1 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» в отношении рекламораспространителя ООО «Азбука». К участию в деле привлечено ООО «ТриумФФ».

Челябинским УФАС России проведен в сети Интернет поиск организации, осуществляющей деятельность в СПА-салоне «Казанова», по результатам которого установлено, что деятельность в указанном СПА-салоне осуществляет ООО «ТриумФФ».

Из объяснений представителей ООО «Азбука» следует, что изображение клубники в рекламе не может являться указанием на оказание в СПА-салоне «Казанова» интимных услуг, данное изображение связано с летним периодом распространения указанной рекламы, образ девушки также не противоречит требованиям Федерального закона «О рекламе». Рекламодателем рекламы СПА-салона «Казанова», размещенной с использованием рекламной конструкции, установленной в г. Челябинске на пересечении пр. Ленина и ул. Энгельса, в соответствии с договором от 16.12.2009 № 422/Р, заключенным между ООО «Азбука» и ООО «ТриумФФ», является ООО «ТриумФФ», рекламный макет разработан работниками ООО «Азбука» на основании материала, предоставленного ООО «ТриумФФ».

Представителями ООО «Азбука» представлены Комиссии результаты опроса жителей с комментариями по содержанию указанного рекламного макета.

Представитель ООО «ТриумФФ» на рассмотрение дела не явился, документы,

запрошенные Челябинским УФАС России, представил, с тем, что данная реклама нарушает законодательство о рекламе, не согласился.

Исследовав материалы дела, заслушав лицо, участвующее в деле, Комиссия пришла к следующим выводам.

В г. Челябинске на пересечении пр. Ленина и ул. Энгельса с использованием рекламной конструкции размещена реклама мужского СПА-салона «Казанова», в которой содержатся сведения: «Relax Spa салон ... Сладкое лето... КАЗАНОВА мужской спа-салон ...», где в надписи «Сладкое лето» вместо букв «о» изображена клубника, также в рекламе присутствует образ лежащей девушки.

В соответствии со словарем «Abbyy Lingvo», размещенного на сайте: <http://www.lingvo-online.ru/ru/Translate/en-ru/relax>, с английского языка «relax» переводится на русский язык как «отдыхать, расслабляться, успокаиваться».

Присутствующие в рекламе слова «Сладкое лето... мужской спа-салон... Relax» в совокупности с образом лежащей девушки и изображением клубники создают впечатление об интимном характере услуг, которые продвигаются с помощью данной рекламы, в связи с чем Челябинским УФАС России в отношении ООО «Азбука», ООО «ТриумФФ» возбуждено дело по признаку нарушения пункта 1 статьи 7 Федерального закона «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела признаки пункта 1 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» не подтвердились, поскольку из представленной рекламы нельзя сделать однозначный вывод об интимном характере услуг СПА-салона «Казанова», а также в связи с тем, что по сведениям, представленным Прокуратурой г. Челябинска, факт оказания платных интимных услуг в СПА-салоне «Казанова» не установлен.

Вместе с тем, в данной рекламе усматриваются признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», что выражено использованием непристойных образов и выражений.

В силу части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений.

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.

Непристойным в указанной рекламе является в совокупности образ девушки наряду с изображением клубники и словами «...Сладкое лето... мужской спа-салон... Relax», поскольку такое содержание рекламы ассоциируется с непристойными образами, противоречащими нормам морали и нравственности.

Учитывая специфичность рекламируемых услуг, следует особо отметить недопустимость такого рода рекламы способом размещения на наружной рекламной конструкции, так как она становится доступной всем категориям населения Челябинска, в том числе несовершеннолетним.

Представленные ООО «Азбука» результаты опроса лиц не могут быть положены в

основу доказательств отсутствия в рекламе непристойных образов, поскольку выражают мнение лишь отдельной части населения, при том, что противоположное мнение многих жителей Челябинска выразили инициативные представители общественности, направив в Челябинскую городскую Думу коллективное обращение о недопустимости непристойной рекламы СПА-салонов на улицах города.

Челябинское УФАС России как государственный орган, осуществляющий надзор за соблюдением рекламного законодательства, вправе самостоятельно принимать решение о том, являются ли содержащиеся в рекламе образы непристойными, в отсутствие специальных знаний относительно данного вопроса.

При этом, Комиссия считает, что антимонопольный орган вправе также, как и суды в силу пункта 16 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 8 октября 2012 года № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» принимать решение об отнесении тех или иных образов к числу непристойных (то есть крайне предосудительных и недопустимых ввиду неприличия) **без назначения соответствующей экспертизы.**

Комиссия отмечает, что вопрос о наличии в рекламе СПА-салона «Казанова», размещенной с использованием рекламной конструкции, установленной в г. Челябинске, на пересечении пр. Ленина и ул. Энгельса, непристойных образов был рассмотрен Экспертным советом при Челябинском УФАС России (далее – Экспертный совет). Экспертный совет единогласно проголосовал за то, что в указанной рекламе содержится непристойный образ, использование которого запрещено положением части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

С учетом изложенного, реклама СПА-салона «Казанова», размещенная с использованием рекламной конструкции, установленной в г. Челябинске на пересечении пр. Ленина и ул. Энгельса, противоречит требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «ТриумФФ» (454138, г. Челябинск, пр. Победы, д. 314 «А») как лицо, определившее содержание рекламы.

Руководствуясь частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-43, 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу СПА-салона «Казанова», размещенную с использованием рекламной конструкции, установленной в г. Челябинске на пересечении пр. Ленина и ул. Энгельса, в которой образ лежащей девушки в совокупности с изображением клубники и словами «Сладкое лето» нарушает требования части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдавать, поскольку на момент принятия решения реклама по указанному адресу отсутствует.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении ООО «ТриумФФ» и его должностного лица.

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

Решение изготовлено в полном объеме 09 декабря 2013 года.

Председатель Комиссии

Л.Н. Галичина

Члены Комиссии

И.П. Баранова

Н.В. Соболев

Л.Р. Штепа