

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

по делу об административном правонарушении

№ 26-АП-2017

19 сентября 2017 г.
Чебоксары

г.

«...», рассмотрев протокол об административном правонарушении от 05.09.2017, составленный «...» и другие материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении **ООО "Потолки 21" (ОГРН 1082130009060, ИНН 2130042220, 428024, г.Чебоксары, пр-т Мира, 62"Г", оф.101),**

в присутствии представителя лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении – «...» (по доверенности от 19.09.2017 б/н).

УСТАНОВИЛ:

18.05.2017 в адрес Чувашского УФАС России поступило заявление (вх. от 18.05.2017 № 04-21/41) гражданина «...» (далее - Заявитель) о том, что на территории г.Чебоксары, а именно на пересечении улиц Ф. Орлова и Кукшумской, им обнаружена отдельно стоящая конструкция с рекламой натяжных потолков.

При этом на данной рекламе изображено 4 молодых мужчины, одетых в рубашки и пиджаки, но со спущенными брюками. В руках, ниже пояса мужчины держат слова, которые складываются в предложение; "цены упали ниже некуда".

Факт размещения указанной информации Заявитель подтвердил прилагаемым к заявлению

фотоматериалом. Поскольку Заявитель считает, что данное изображение является крайне неэтичным, вульгарным, унижающим достоинство мужчины, а также никак не связанное с рекламой натяжных потолков, он просил дать правовую оценку представленного им изображения согласно требованиям части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Из представленной фотографии усматривалась информация о натяжных потолках, имеющая контактный номер телефона 684 222. При этом, она содержит образ 4 молодых людей, одетых в рубашки и пиджаки, но со спущенными брюками, в руках, ниже пояса, молодые люди держат слова, которые складываются в предложение; "цены упали ниже некуда".

Решением Чувашского УФАС России от 14.08.2017 по делу № 23-Р-2017 реклама ООО "Потолки 21" признана ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч.6 ст. 5 Закона о рекламе.

При этом, решением Чувашского УФАС России от 14.08.2017 по делу № 23-Р-2017 ООО "Потолки 21" признано нарушившим требования ч.6 ст. 5 Закона о рекламе.

Комиссия Чувашского УФАС России пришла к указанному решению в силу следующего.

В силу статьи 5 Закона о рекламе определены общие требования к рекламе.

В том числе частью 6 данной статьи установлено, что 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.

Из разъяснения ФАС России (письмо от 29.04. 2013 N АД/17355/13 "О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ "О рекламе") следует, что положение части 6 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, по мнению специалистов ФАС России, могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления.

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.

К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. 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, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом, по мнению ФАС России, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единого мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

Кроме того, при решении вопроса о соответствии той или иной рекламной информации требованиям [части 6 статьи 5](#) Федерального закона "О рекламе" такую информацию следует оценивать в совокупности с обстоятельствами ее размещения (например, место расположения рекламной конструкции с учетом близости к учреждениям культуры, объектам культа, кладбищам и т.п.).

Учитывая изложенное, ФАС России рекомендует создать Экспертные советы при территориальных органах ФАС России, на заседаниях которых может быть дана оценка этичности рекламы с учетом восприятия информации, которое характерно для жителей конкретного субъекта Российской Федерации.

При квалификации нарушений части 6 статьи 5 Закона о рекламе в части соблюдения этики в рекламе, антимонопольные органы особое внимание уделяют оценкам Экспертного Совета, решения которых учитываются при рассмотрении дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Таким образом, в целях определения восприятия рассматриваемой рекламы непосредственно потребителями и оценки тех ассоциаций, которые она вызывает, Чувашским УФАС России рассмотрение данной рекламы включено 18.05.2017 в повестку заседания Экспертного Совета по применению

законодательства о рекламе, образованном при Чувашском УФАС России.

Повестка заседания была сформирована следующим образом: Ассоциируется ли у потребителей рекламы рассматриваемое изображение с непристойным и оскорбительным образом, являющегося нарушением общепринятых норм и принципов поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности, установленных требованиями части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Члены Совета единогласно пришли к мнению, что образ мужчин, в представленном изображении, является пошлым и вульгарным, унижающим достоинства мужчины, как сильного пола, мужа, отца и защитника. (Протокол заседания Экспертного Совета по применению законодательства о рекламе от 18.05.2017, размещенный в открытом доступе на официальном сайте Чувашского УФАС России).

Члены Совета признали, что данная реклама, ориентированная на привлечение внимания к продукту компании - натяжным потолкам, представлена через оскорбляющий, унижающий образ мужчины, поскольку представленные на всеобщее обозрение мужчины находятся со спущенными брюками, держащими на плакатах слова, расположенными ниже пояса, складывающиеся в предложение: «цены упали ниже некуда».

При этом, рассматриваемая реклама вызывает отвращение, отрицание и не побуждает потребителя к приобретению товара. Кроме того, рекламный щит с данной рекламой размещен в доступном, для всеобщего обозрения месте, в т. ч. несовершеннолетних детей, поскольку находится вблизи общеобразовательной средней школы и детского дома творчества, нарушая тем самым общепринятые нормы поведения, морали и нравственности, в том числе детей, чьи жизненные ценности еще не сформулированы.

Таким образом установлено наличие мнения членов Экспертного Совета (потребителей рекламы) на восприятие данной рекламы - рассматриваемая реклама нарушает общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности, следовательно, не соответствуют требованиям, установленным частью 6 статьи 5 Федерального закона о рекламе.

Члены Экспертного Совета, признавая рекламу нарушающей Закон о рекламе, оценивали совокупность всех элементов зрительного воздействия рассматриваемой рекламы на потребителя и дали оценку данной рекламы с учетом восприятия, которое характерно для ее потребителей.

Из жалобы следует, что рассматриваемая рекламная

информация размещается на наружной конструкции, расположенной в границах г.Чебоксары, на пересечении улиц Ф. Орлова и Кукшумской.

В рамках рассмотрения дела установлено, что данная рекламная конструкция для размещения указанной по тексту рекламы была предоставлена ООО "Периметр М" ООО "Потолки 21".

Ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе возложена на рекламоделателя (часть 6 статьи 38 Закона о рекламе).

В смысле [Закона](#) о рекламе, рекламоделатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п.5 ст.3 Закона о рекламе).

На основании изложенного, согласно представленным в рамках рассмотрения заявления материалам и документам, установлено, что рекламоделателем рассматриваемой рекламы, как лицо, полностью определившее объект рекламирования и содержание рекламы, при этом, заинтересованное в продвижении продажи натяжных потолков, является ООО "Потолки 21" (ОГРН 1082130009060, ИНН 2130042220, г.Чебоксары, пр-т Мира, 62"Г").

В заседании Комиссии 27.06.2017 представитель ООО "Периметр М" пояснил, что макет рекламы не был согласован с ООО «Периметр-М». Монтаж рекламных материалов, был произведен ООО "Потолки 21" самостоятельно. Согласно пояснению, оформление документов и материалов на размещение рассматриваемой рекламы предполагалось по факту размещения рекламы. При этом, в результате поступления жалоб от жителей г.Чебоксары в адрес ООО «Периметр-М», ООО «Периметр-М» самостоятельно произвело демонтаж спорных рекламных материалов.

В заседании Комиссии 27.06.2017 представитель ООО "Потолки 21" представил письменные пояснения (вх. от 27.06.2017 № 04-10/4489), согласно которым следует.

Содержание и дизайн рассматриваемой рекламы разработан менеджером по рекламе ООО "Потолки 21" «...». При этом, как указывает последний, он не получал от руководства данного общества указаний на печать и размещение рассматриваемой рекламы. Как пояснил в заседании Комиссии «...», он не предполагал, что рассматриваемое изображение нарушает требования Закона о рекламе и при этом, может кого - то оскорбить. Полагая, что разработанное им изображение будет согласовано руководством позже, и необходимые документы будут подписаны со стороны руководства ООО "Потолки 21" с ООО "Периметр М", «...» проявив

инициативу, самовольно разместил рассматриваемую рекламу.

Из представленного в заседание Комиссии пояснения ООО "Потолки 21" (вх. от 11.07.2017 № 04-10/4892) следует, что по выявленному факту нарушения требований Закона о рекламе обществом проведено служебное расследование, в ходе проведения которого установлено, что менеджер по рекламе «...» самовольно, проявив самоуправство, без информирования руководства ООО "Потолки 21", осуществил переговоры с ООО "Периметр М" по вопросу размещения разработанной им рекламы. В связи с чем, данному должностному лицу объявлено дисциплинарное взыскание в виде выговора.

В заседании Комиссии 01.08.2017 ООО "Периметр М" представило фотоматериал в доказательство того, что в настоящее время распространение спорной рекламы прекращено.

В результате представленных пояснений и документов, Комиссия пришла к выводу, что ООО "Потолки 21" нарушило ч.6 ст.5 Закона о рекламе. В соответствии с частью 4 статьи 38 Закона о рекламе нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями, рекламодателями, законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Объектом рассматриваемого правонарушения является установленный порядок в области предпринимательской деятельности и деятельности саморегулирующей организации.

Объективная сторона состоит в нарушении законодательства о рекламе.

Субъектом административного правонарушения является ООО "Потолки 21". Субъективная сторона выражается в форме вины, ООО "Потолки 21" должно было знать и соблюдать законодательство Российской Федерации о рекламе, однако, в ходе осуществления своей деятельности допустило нарушение требований действующего законодательства.

Учитывая изложенное, действия ООО "Потолки 21" образуют состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

В силу части 2 статьи 2.1 КоАП юридическое лицо признается

виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но данным лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Статьей 26.1 КоАП предусмотрено, что одним из обстоятельств, подлежащих выяснению по делу об административном правонарушении является виновность лица в совершении административного правонарушения.

Отсутствие вины юридического лица предполагает объективную невозможность соблюдения установленных правил, необходимость принятия мер, от юридического лица не зависящих.

В соответствии с частью 2 статьи 2.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Из материалов настоящего дела видно, что ООО "Потолки 21" виновно в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, поскольку оно имело возможность не допустить совершение административного правонарушения, однако при отсутствии объективных, чрезвычайных и непреодолимых обстоятельств не предприняло все зависящие от него меры для соблюдения требований Закона о рекламе, хотя должно было предвидеть возможность наступления вредных последствий своих действий, но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на их предотвращение.

При назначении наказания ООО "Потолки 21" учтены обстоятельства и характер совершенного правонарушения, имущественное положение физического лица. Обстоятельства, отягчающие административную ответственность, отсутствуют.

В соответствии со статьей 2.9 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях при малозначительности совершенного административного правонарушения судья, орган, должностное лицо, уполномоченные решить дело об административном правонарушении, могут освободить лицо, совершившее административное правонарушение, от административной ответственности и ограничиться устным замечанием.

При этом оценка малозначительности деяния должна соотноситься с причинением либо угрозой причинения вреда личности, обществу или государству.

Понятие малозначительности административного правонарушения является категорией оценочной и определяется судьей, органом, должностным лицом, уполномоченным решить дело в каждом конкретном случае с учетом выявленных обстоятельств.

В пункте 21 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 24.03.2005 № 5 «О некоторых вопросах, возникающих у судов при применении КоАП РФ» малозначительным административным правонарушением является действие или бездействие, хотя формально и содержащее признаки состава административного правонарушения, но с учетом характера совершенного правонарушения и роли правонарушителя, размера вреда и тяжести наступивших последствий не представляющее существенного нарушения охраняемых общественных правоотношений.

Совершенное ООО "Потолки 21" правонарушение посягает на установленный в Российской Федерации порядок распространения рекламы, создает существенную угрозу охраняемым общественным правоотношениям, следовательно, не может быть признано малозначительным.

По сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательств, размещенного на официальном сайте Федеральной налоговой службы в информационно - телекоммуникационной сети Интернет по адресу: <https://www.nalog.ru>, ООО "Потолки 21" указано в качестве малого предприятия.

Федеральным законом от 03.07.2016 № 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях», вступившим в силу 04.07.2016, Кодекса

Российской Федерации об административных правонарушениях дополнен статьей 4.1.1, предусматривающей замену административного наказания в виде административного штрафа на предупреждение являющимся субъектами малого и среднего предпринимательства лицам, осуществляющим предпринимательскую деятельность без образования юридического лица, и юридическим лицам, а также их работникам за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях.

Согласно части 2 статьи 4.1.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях административное наказание в виде административного штрафа не подлежит замене на предупреждение в случае совершения административного правонарушения, предусмотренного статьями 14.31 - 14.33, 19.3, 19.5, 19.5.1, 19.6, 19.8 - 19.8.2, 19.23, частями 2 и 3 статьи 19.27, статьями 19.28, 19.29, 19.30, 19.33 настоящего Кодекса.

Руководствуясь [частью 2 статьи 3.4](#), [частями 1, 3 статьи 4.1](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, принимая во внимание, что ООО "Потолки 21" является субъектом малого предприятия, правонарушение совершено впервые, ранее к административной ответственности, предусмотренной ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, не привлекалось, а также в отсутствие доказательств причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, имущественного ущерба, а также отягчающих ответственность обстоятельств, учитывая совершение вменяемого административного правонарушения впервые, прихожу к выводу о возможности применения к нему меры административной ответственности в виде предупреждения.

По правилам ч. 1 ст. 3.4 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях предупреждение - мера административного наказания, выраженная в официальном порицании физического или юридического лица. Предупреждение выносится в письменной форме.

Предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

Определяя степень ответственности ООО "Потолки 21", считаю возможным применить к нему меру административного наказания в соответствии со статьей 3.4 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

На основании изложенного, руководствуясь ст. 23.48, 29.9 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

1. Признать ООО "Потолки 21" виновным в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. Назначить ООО "Потолки 21" меру административного наказания в виде предупреждения.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в Арбитражный суд Чувашской Республики в течение 10 дней с момента получения или вручения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях постановление по делу об

административном правонарушении вступает в законную силу после истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

«...»