

РЕШЕНИЕ ПО ДЕЛУ № 3-01/11-2018

юня 2018 года г. Пенза, ул. Урицкого, 127

публичная часть решения объявлена 28 июня 2018 года.

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

рассмотрев дело №3-01/11-2018, возбужденное в отношении общества с ограниченной ответственностью «Эльф» (далее – ООО «Эльф»; ИНН 5836683944; ОГРН 1175835014431) по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

в адрес Пензенского УФАС России 09.04.2018 поступило обращение МКУ «Административная служба города Пензы» по поводу распространения в г. Пензе по адресу: пр. Победы, 10 непристойной рекламы мужского клуба «Zamen».

Пензенским УФАС России определением от 07.05.2018 по факту распространения рекламы мужского клуба «Zamen» возбуждено дело № 3-01/11-2018 по признакам нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в интересах которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечено ООО «Эльф».

Определением Пензенского УФАС России от 04.06.2018 № 2004-3 рассмотрение дела № 3-01/11-2018 откладывалось, срок рассмотрения дела был продлен до 08.06.2018.

На рассмотрении дела 28.06.2018 представитель ООО «Эльф» не явился. В адрес Пензенского УФАС России представлено ходатайство о рассмотрении дела без участия своего представителя.

Вместе с тем, по обстоятельствам, послужившим основанием для возбуждения дела № 3-01/11-2018, ООО «Эльф» 26.06.2018 вх. №1912-э представлены письменные объяснения, из которых следует, что Общество является изготовителем и рекламодателем размещенной на электронном экране, расположенном на фасаде здания по адресу: г. Пенза, пр. Победы, дом 10, рекламы мужского клуба «Zamen». Письменный договор с владельцем электронного экрана не заключался, реклама была размещена по устной договоренности.

ив представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу:

реле 2018 года на электронном экране, расположенном на фасаде здания по адресу: г. Пенза, пр. Победы, 10, размещена информация следующего содержания: «ZaMena закрытый мужской клуб info/reserv Плеханова ... Все идет между нами 18+ ZaMena закрытый мужской клуб» (с изображением обнаженных девушек в откровенных позах).

В соответствии со статьей 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, пространственная 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. При этом под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, производитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности или мероприятие, на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

1. Направлена для неопределенного круга лиц;

2. Привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;

3. Способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке.

Неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной зоны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Знаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

Информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования, в данном случае к мужскому клубу «Zamena», формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с частью 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, высказываний 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.

Согласно толковому словарю русского языка С.И. Ожегова непристойный -

иличный, бесстыдный; неприличный – не соответствующий, противоречащий
вилам приличия; бесстыдный - лишенный чувства стыда, противоречащий
естественной морали, непристойный.

иличная форма – нарушение правил поведения, принятых обществом в целом
отдельной социальной группой в данной ситуации. Приличие же представляет
ой правило поведения, пристойность, а приличный – значит соответствующий
личиям, пристойный подобающий, уместный. Понятие неприличности является
ственным и сходным по значению непристойному. Непристойный образ
(шпильный вид, облик) - это образ, способный вызвать у потребителя рекламы
щение его (образа) неуместности и недопустимости, то есть несоответствия
ной обстановке, ситуации.

иссатриваемой рекламе содержится информация о закрытом мужском клубе
ZaMena», с указанием номера контактного телефона (221-000), а также
тонахождения клуба (Плеханова, 34).

этом в видеоролике мужского клуба «ZaMena» присутствует неоднократная
онстрация полуобнаженных девушек в излишне откровенных позах, а также
элизуются сексуальные образы, нацеленные на стимулирование низменных
аний и потребностей.

бражения девушек сопровождается следующей текстовой информацией: «все
ется между нами 18+ ZaMena закрытый мужской клуб».

иссия считает, что в данном случае следует анализировать совокупность всех
ментов зрительного воздействия на потребителя рекламы: степень
аженности, позы девушек, элементов костюма (одежды), использование фразы
«остается между нами 18+ ZaMena закрытый мужской клуб», с учетом того, что
ичная трансляция данного ролика доступна для свободного обозрения всех
эгорий граждан, включая несовершеннолетних.

нению Комиссии, демонстрация полуобнаженных девушек в излишне
овенных позах усугубляет интимный характер данных образов, делает их
йне непристойным.

восочетания «все остается между нами 18+» и «ZaMena закрытый мужской
клуб» определяют целевую аудиторию рекламы и вид предоставления услуг.

этом содержащееся в данной рекламе и адресованное мужчинам
дложение отдохнуть в закрытом мужском клубе «ZaMena», сопровождается
онстрацией полуобнаженных девушек.

им образом, демонстрация в рассматриваемой рекламе мужского клуба
обнаженных девушек в откровенных позах в сочетании с предложением
чинам «все остается между нами 18+» имеет непристойный смысл, оскорбляет
ства граждан, нарушает общепринятые нормы морали, гуманности,
вственности, низводит женщину до объекта реализации низменных инстинктов.

рекламе имеется указание на ограничение по возрасту 18+. Существуют

частные ограничения для пользования услугами стриптиз-шоу, однако реклама пространяется в отношении неограниченного (в том числе по возрасту) кругу

иссия считает недопустимым распространение такой рекламы эротического актера, с использованием сценического эротического образа среди определенной группы лиц, в число которых входят и несовершеннолетние. Место в городе, проспект Победы, через который проходит множество людей разных возрастов, вероисповедания, моральных взглядов и принципов) и способ распространения (с использованием наружной конструкции стабильного зрительного размещения) рассматриваемой рекламы ограничивает потенциального потребителя рекламы в возможности ее игнорировать.

Обычно это касается детей.

Согласно части 1 статьи 4 Федерального закона от 24.07.1998 №124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» целями государственной политики в интересах детей являются: содействие физическому, интеллектуальному, психическому, духовному и нравственному развитию детей, воспитанию в них патриотизма и гражданственности, а также реализации личности ребенка в интересах общества и в соответствии с непротиворечащими Конституции Российской Федерации и федеральному законодательству традициями народов Российской Федерации, достижениями российской и мировой культуры; защита детей от факторов, негативно влияющих на их физическое, интеллектуальное, психическое, духовное и нравственное развитие.

В соответствии с частью 1 статьи 14 упомянутого Федерального закона в целях защиты ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящей вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, органы государственной власти Российской Федерации принимают меры по защите ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящей вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, в том числе от национальной, классовой, социальной дискриминации, от рекламы алкогольной продукции и табачных изделий, от пропаганды социального, расового, национального и религиозного неравенства, а также от распространения печатной продукции, аудио- и видеопроизведений, пропагандирующей насилие и жестокость, порнографию, наркоманию, токсикоманию, антиобщественное поведение.

Для обеспечения здоровья, физической, интеллектуальной, нравственной, психической безопасности детей федеральным законом, законами субъектов Российской Федерации устанавливаются нормы распространения печатной продукции, аудио- и видеопроизведений, иной продукции, не рекомендуемой ребенку к использованию в соответствии с пунктом 1 настоящей статьи до достижения им возраста 18 лет (часть 2 статьи 14 Федерального закона «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации»).

Положения вышеизложенные, нормы Закона «О рекламе», запрещающие использование непристойных образов, также направлены в т.ч. и на защиту несовершеннолетних детей от негативного воздействия на их нравственное

зители со стороны публично распространяемой рекламы с применением непристойных образов.

Согласно позиции Пленума ВАС РФ, изложенной в пункте 16 постановления от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе", при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных специальных знаний, как правило, не требуется.

В целях определения наличия либо отсутствия признаков нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» рассмотрение содержания рекламы мужского клуба «ZaMen» было включено в повестку заседания Экспертного совета по рекламе Пензенском УФАС России, все члены которого согласились с тем, что данная реклама содержит непристойные и оскорбительные образы.

Следовательно, изложенное, реклама закрытого мужского клуба «ZaMen» является подлежащей, не соответствующей требованиям части 6 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку изображение в ней полуобнаженных женщин в сочетании с надписью «все остается между нами 18+», воспринимается как имеющее непристойный смысл, оскорбляет чувства граждан, противоречит правилам decency, нарушает общепринятые нормы морали, гуманности, нравственности.

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Следовательно, по делу доказательства и установленные обстоятельства свидетельствуют о том, что нарушение законодательства о рекламе в данном случае содержится в действиях лица, распространившего рассматриваемую рекламу, т.е. ее рекламодателя – ООО «Эльф».

Следовательно, вышеизложенное, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, арбитражный суд пришел к выводу, что ООО «Эльф» нарушило требования части 6 статьи 3 «О рекламе».

Согласно статье 1 ФЗ «О рекламе», целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции,

защиту единства экономического пространства, реализации права потребителей получения добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов недобросовестной рекламы.

В соответствии с пунктом 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить нарушение предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Статьей 33 ФЗ «О рекламе» предусмотрены полномочия антимонопольного органа осуществлять государственный надзор в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламораспространителям, изготовителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В момент рассмотрения дела Комиссии Пензенского УФАС России предписаний устранения нарушения требований части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» ООО «Эльф» представлено не было.

В связи с чем Комиссия Пензенского УФАС России считает целесообразным выдать рекламодателю предписание о прекращении нарушения требований антимонопольного законодательства.

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, изготовителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях.

Ссылаясь на часть 2 пункта 1 статьи 33, часть 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

признать ненадлежащей рекламу мужского клуба «Zamena»,

пространяемую ООО «Эльф» в апреле 2018 года по адресу: г. Пензе, пр. ..., поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Надать ООО «Эльф» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Пензенского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Справка изготовлена в полном объеме 28 июня 2018 года.

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