

## РЕШЕНИЕ

(по делу №Р-134-13)

17.10.2013г.

г.Уфа, ул. Пушкина, 95

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

<...>

Рассмотрев материалы дела №Р-134-13, возбужденного по обращению заявителя (вх.№9443 от 03.07.2013г.) (срок рассмотрения обращения продлен), а именно рекламу: «МУЖСКОЙ СПА-САЛОН Molin Rouge только весь июнь дарим 15% к программе! Самые красивые мастера для вас! Конфиденциальность, уют, приятное общение! Ул. 8 марта, 19 294 83 83 [www.moulinrouge-ufa.ru](http://www.moulinrouge-ufa.ru)» с изображением девушки, размещенную на рекламном плакате в лифте по адресу: РБ, г.Уфа, ул.Пархоменко, д.156/3 и д.156/1, рекламодатель– ООО «Сливки» (РБ, г.Уфа, ул.З.Биишевой, д.1),

### УСТАНОВИЛА:

В соответствии со статьей 1 Федерального закона «О рекламе» целями настоящего Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в РФ единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства РФ о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Целью любого закона является защита и охрана определенных общественных интересов. Включение законодателем в цели Федерального закона «О рекламе» предотвращения и пресечения ненадлежащей рекламы, говорит о том, что распространение такой рекламы уже является угрозой общественным интересам, охраняемым данным законом.

Согласно пункту 4.1 Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы (приложение №1 к приказу ФАС России от 26.01.2011 №30) территориальный орган осуществляет контроль за соблюдением коммерческими и некоммерческими организациями законодательства о рекламе.

В управление федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан поступило обращение заявителя (вх.№9443 от 03.07.2013г.), по поводу рекламы: «МУЖСКОЙ СПА-САЛОН Molin Rouge только весь июнь дарим 15% к программе! Самые красивые мастера для вас! Конфиденциальность, уют, приятное общение! Ул. 8 марта, 19 294 83 83 [www.moulinrouge-ufa.ru](http://www.moulinrouge-ufa.ru)» с изображением девушки, размещенной на рекламном плакате в лифте по адресу:

РБ, г.Уфа, ул.Пархоменко, д.156/3 и д.156/1, рекламодаделец – ООО «Сливки» (РБ, г.Уфа, ул.З.Биишевой, д.1), имеет признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в части того, 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.

Данная реклама обуславливает модельный прецедент «снятие запретов» по эксплуатации биологически обусловленного сексуального влечения и является формой психологической манипуляции. В силу масштабов наружной рекламы с изображением полуобнаженного женского образа, их психологического воздействия на людей, отдельными категориями граждан реклама может быть расценена как неэтичная и оскорбительная.

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных части 6 статьи 5 указанного закона несет рекламодаделец.

23.08.2013г. от представителя по доверенности от ООО «Сливки» <...> (доверенность б/н от 22.08.2013г.) представлены объяснения (вх.№12038 от 23.08.2013г.) о том, что: «...На рекламном плакате, который был размещен в лифтах по указанным адресам в период с 1 по 15 июня 2013г. изображен женский образ (красивой девушки) в закрытом купальнике и в обуви, у которой открыты лишь ноги и руки, интимные части тела скрыты под одеждой. Девушка ведет беседу по стационарному телефону. Поза не является вульгарной и указанный женский образ не может вызывать ассоциаций с сексуальным объектом при нормальном восприятии. Фактура открыта в нормальной пропорции. Спа-салон предоставляет свои услуги преимущественно лицам мужского пола, поэтому на плакате указана фраза «красивые мастера», соответственно данная фраза подкрепляется вполне эстетичным изображением красивой девушки. Так как основное назначение рекламы- привлечение внимания мужчин, которые с наибольшей вероятностью обратят свое внимание на изображение красивой девушки и заинтересуются рекламируемыми услугами... Чтобы признать изображение неэтичным, необходимо, чтобы изображение было оскорбительным объективно, а не субъективно. Образ не содержит признаков ненормативности и хамства... В целях объективности выводов по результатам рассмотрения данного дела, прошу воспринимать данный рекламный плакат и без ханжества. На основании изложенного, прошу производство по делу прекратить ввиду отсутствия в действиях ООО «Сливки» состава правонарушения».

Так же от директора ООО «Сливки» <...> представлены копии документов (вх. №12038 от 23.08.2013г.), а именно: макет рекламного модуля; договор <...> на оказание рекламных услуг от 07.12.2011г.; акт <...>; счет на оплату <...>; прайс-лист; свидетельство о государственной регистрации юридического лица <...>; свидетельство о постановке на учет Российской организации в налоговом органе по месту нахождения на территории Российской Федерации <...>; паспорт гр.<...>; устав ООО «Сливки» от 03.10.2012г.; приказ №4 от 03.10.2012г.

23.08.2013г. Комиссией принято решение, производство по делу №Р-134-13 приостановить. Вынести данный вопрос на обсуждение Экспертного Совета по применению законодательства РФ о рекламе.

В связи с получением заключения Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе, основания для дальнейшего приостановления производства по делу отсутствуют.

17.10.2013г. представитель ООО «Сливки», на рассмотрение данного дела не явился. Почтовое уведомление о надлежащем извещении ООО «Сливки» о времени и месте рассмотрения данного дела в управление поступало с отметкой вручено 01.10.2013г.

Анализ материалов дела показал, что согласно договора на оказание рекламных услуг от 07.12.2011г. между ООО «Сливки» (Рекламодатель) и ООО МТЦ «Сайяр» (Исполнитель), предметом которого является то, что ООО «Сливки» поручает, а ООО МТЦ «Сайяр» принимает на себя обязательства, по размещению, демонстрации и технического обслуживания рекламной информации на рекламных стендах в лифтовых кабинках и/или рекламно-информационных стендах перед подъездами жилых домов г.Уфа; акта <...> (Заказчик ООО «Сливки»); счета на оплату <...> (Покупатель: ООО «Сливки»); свидетельства о государственной регистрации юридического лица ООО «Сливки» от 20.09.2011г., рекламодателем данной рекламы является ООО «Сливки» (РБ, г.Уфа, ул.З.Биишевой, д.1).

Согласно протокола Экспертного совета по применению законодательства РФ о рекламе при Башкортостанском УФАС России №23 указано, что данный рекламный продукт распространяется по средством наружной рекламы. Поэтому рассмотрение данных материалов производится с учетом их воздействия в условиях городской среды, массового потребителя, а не конкретно целевой аудитории потребителей данных продуктов. Членами Экспертного совета отмечено негативное восприятие данной рекламы потребителями. Рекомендовано ограничить использование полуобнаженных образов в условиях городской среды посредством наружной рекламы. Отмечено, что данная реклама имеет «закадровый» смысл, имеет место нарушения общественным сознанием с точки зрения эмоционального восприятия рекламы. Реклама создает ощущение противоречия позы девушки и предоставления рекламируемых услуг. Признано, что данная реклама нарушает общепринятые нормы морали и нравственности, нормы этики, сформировавшиеся в данном регионе, то есть на территории Республики Башкортостан. Рекомендовано Башкортостанскому УФАС России рассмотреть дело по признакам нарушения ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе» по факту размещения данной рекламы с учетом мнения членов Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Башкортостанском УФАС России.

Таким образом реклама: «МУЖСКОЙ СПА-САЛОН Moulin Rouge только весь июнь дарим 15% к программе! Самые красивые мастера для вас! Конфиденциальность, уют, приятное общение! Ул. 8 марта, 19 294 83 83 [www.moulinrouge-ufa.ru](http://www.moulinrouge-ufa.ru)» с изображением девушки, размещенная на рекламном плакате в лифте по адресу: РБ, г.Уфа, ул.Пархоменко, д.156/3 и д.156/1, рекламодатель– ООО «Сливки» (РБ, г.Уфа, ул.З.Биишевой, д.1), нарушает часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в части того, 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.

Данная реклама обуславливает модельный прецедент «снятие запретов» по эксплуатации биологически обусловленного сексуального влечения и является формой психологической манипуляции. В силу масштабов наружной рекламы с изображением полуобнаженного женского образа, их психологического воздействия на людей, отдельными категориями граждан реклама может быть расценена как неэтичная и оскорбительная.

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных части 6 статьи 5 указанного закона несет рекламодатель.

Резолютивная часть решения оглашена на заседании Комиссии Башкортостанского УФАС России 17.10.2013г.

В настоящее время данная реклама не размещается согласно информации представленной ООО «Сливки» (представлен договор на оказание рекламных услуг №238 от 07.12.2011г. приложение №16 от 27.05.2013г. (вх.№12038 от 23.08.2013г.)). Таким образом, Комиссией принято решение предписание о прекращении нарушения - не выдавать, в связи с нецелесообразностью, так как в данное время нарушения устранены.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 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 рекламу: «МУЖСКОЙ СПА-САЛОН Molin Rouge только весь июнь дарим 15% к программе! Самые красивые мастера для вас! Конфиденциальность, уют, приятное общение! Ул. 8 марта, 19 294 83 83 [www.moulinrouge-ufa.ru](http://www.moulinrouge-ufa.ru)» с изображением девушки, размещенную на рекламном плакате в лифте по адресу: РБ, г.Уфа, ул.Пархоменко, д.156/3 и д.156/1, рекламодатель – ООО «Сливки» (РБ, г.Уфа, ул.З.Биишевой, д.1), так как она нарушает часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

3. В соответствии с п.47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, в связи с тем что данная реклама в настоящее время не размещается (представлен договор на оказание рекламных услуг №238 от 07.12.2011г. приложение №16 от 27.05.2013г. (вх.№12038 от 23.08.2013г.)), предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе - не

выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Башкортостанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3. КоАП РФ.

Решение изготовлено в полном объеме 27.10.2013г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.