

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе

№ 074/05/5-928/2024

26 апреля 2024 года
пр. Ленина, 59

г. Челябинск,

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия) <...>, рассмотрев запрос депутата <...> по факту размещения в здании международного аэропорта г. Челябинска имени И.В. Курчатова рекламной конструкции следующего содержания: «18+ VEGAS men's club vegas-spa.ru +7-351-271-69-69 Академика Королева, 10», с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

В Челябинское УФАС России поступил запрос депутата <...> по факту размещения в здании международного аэропорта г. Челябинска имени И.В. Курчатова рекламной конструкции следующего содержания: «18+ VEGAS men's club vegas-spa.ru +7-351-271-69-69 Академика Королева, 10». В качестве доказательства заявителем представлена фотография рекламной конструкции.

Из представленных заявителем материалов следует, что на рекламной конструкции указан сайт рекламодателя: vegas-spa.ru. Согласно сведениям, размещенным на официальном сайте АНО «Координационный центр национального домена сети Интернет», регистратором доменного имени vegas-spa.ru является ООО «Регистратор доменных имён REG.RU».

Челябинским УФАС России направлен запрос ООО «Регистратор доменных имён REG.RU» о предоставлении сведений об администраторе доменного имени vegas-spa.ru. В ответ получены сведения о том, что администратором указанного доменного имени является _____ (далее — Физическое лицо).

На запрос антимонопольного органа Физическое лицо ответило, что не имеет правоотношений с салоном «Vegas Spa» и не заключало договоров на размещение рекламы.

Челябинским УФАС России сделан запрос АО «Челябинское авиапредприятие» о предоставлении информации о лице, разместившем указанную рекламу. В ответ на запрос получены письменные пояснения, согласно которым заказчиком рекламы является ИП <...> на основании договора № 110/22 от 01.11.2022, заключенного между ООО <...> и ИП <...>.

Согласно пункту 2.3.6 договора заказчик обязан обеспечивать соответствие рекламной информации, содержащейся на рекламных материалах при их

размещении на согласованных сторонами рекламных конструкциях, требованиям действующего законодательства Российской Федерации.

Антимонопольным органом направлен запрос ИП <...> о предоставлении письменных пояснений по факту размещения рекламной конструкции указанного содержания в здании международного аэропорта, а также сведений о наличии договорных отношений с владельцем сайта, указанного в рекламе, и цифрового макета рекламной конструкции.

В ответ от ИП <...>. поступили сведения о том, что содержание рекламной конструкции не содержит непристойных образов и сравнений, а цифровой макет рекламы не представляется возможным представить по причине его утраты.

Специалистами Челябинского УФАС России осуществлен осмотр указанного ресурса и составлен Акт осмотра № 27-2024.

По результатам осмотра выявлено, что указанная в рекламе ссылка ведет на сайт <https://vegas-spa.ru>, где размещена информация об услугах эротического массажа, их стоимости и доступных программах. Антимонопольным органом также сделан запрос о владельце номера +7-351- 271-69-69, указанного в рекламе.

Согласно выписке из реестра Российской системы и плана нумерации, размещенной на официальном сайте Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации <https://opendata.digital.gov.ru/>, телефонный номер +7-351-271-69-69 входит в ресурс нумерации оператора связи ООО «Т2 Мобайл».

ООО «Т2 Мобайл» пояснило, что указанный номер телефона выделен в пользование ИП <...>

По результатам рассмотрения заявления и материалов Челябинским УФАС России установлено следующее.

В здании международного аэропорта г. Челябинска имени И.В. Курчатова размещалась рекламная конструкция следующего содержания: «18+ VEGAS men's club vegas-spa.ru +7-351-271-69-69 Академика Королева, 10».

Согласно части 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», под рекламой понимается 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.

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

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама (пункт 8 статьи 3 Федерального закона «О

рекламе»).

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования - товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, 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.

Рассматриваемая информация, распространяемая путем размещения рекламной конструкции, является рекламой, поскольку отвечает всем квалифицирующим признакам рекламы:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания;
- направлена на формирование или поддержание интереса к объекту рекламирования и его продвижение на рынке.

Из содержания рекламной конструкции усматривается, что объектом рекламирования являются услуги эротического массажа салона «Vegas Spa». Таким образом, информация, распространяемая на рекламной конструкции следующего содержания: «18+ VEGAS men's club vegas-spa.ru +7-351-271-69-69 Академика Королева, 10», является рекламой, поскольку направлена на привлечение внимания и формирование интереса со стороны потребителей.

Согласно части 6 статьи 5 Федерального закона «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 (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.

Таким образом, данное положение Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

Исходя из положений пункта 16 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» по делам о привлечении лиц к ответственности за использование ими в рекламе бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных (то есть крайне предосудительных и недопустимых ввиду неприличия) и (или) оскорбительных (то есть способных причинить обиду) специальных знаний, как правило, не требуется.

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.

Слово «непристойный» в соответствии с Толковым словарем русского языка О. означает «неприличный, бесстыдный».

Слово «Бесстыдный» согласно вышеуказанному словарю означает противоречащий общественной морали, непристойный». «Неприличный» - противоречащий правилам приличия. «Приличие» - правило поведения, благопристойность.

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. Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к непристойным 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, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного 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 и т.п.).

Так, на рекламной конструкции размещена информация следующего содержания: «18+ VEGAS men's club vegas-spa.ru +7-351-271-69-69 Академика Королева, 10». 2024-6773 5 На указанном в рекламе ресурсе размещена информация о предоставляемых услугах эротического массажа и стриптиза с изображением обнаженных женщин.

Поскольку вопрос оценки изображений, слов и иных образов носит субъективный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности, Челябинским УФАС России проведено голосование членов Экспертного совета.

По результатам голосования большинство членов Экспертного совета пришли к единому мнению о том, что в рассматриваемой рекламе используются недопустимые образы, граничащие с эротическими образами, а используемые выражения создают впечатление действий сексуального характера. Непристойным в рекламе является подтекст, который содержится в информационной части рекламного сообщения, а также содержание сайта, указанного в рекламе.

Содержание рекламы нарушает такие нормы этики: благопристойность, нравственность, целомудрие, позиционирует поведение, противоречащее

общепринятым нормам морали и нравственности.

Согласно статье 12 Федерального закона «О рекламе» рекламные материалы или их копии, в том числе все вносимые в них изменения, а также договоры на производство, размещение и распространение рекламы должны храниться в течение года со дня последнего распространения рекламы или со дня окончания сроков действия таких договоров, кроме документов, в отношении которых законодательством Российской Федерации установлено иное.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодаделец. Согласно части 6 и части 7 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных ст. 12 Федерального закона «О рекламе», несут рекламодаделец и рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо. Согласно полученным антимонопольным органом сведениям, рекламодателем и рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...>.

Таким образом, Челябинское УФАС России делает вывод о наличии в действиях ИП <...> признаков нарушения части 6 статьи 5, а также статьи 12 Федерального закона «О рекламе». Поскольку в рекламе указан адрес сайта vegas-spa.ru, антимонопольным органом принято решение о привлечении Физического лица к участию в деле в качестве заинтересованного лица.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 24, 25 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 074/05/5-928/2024 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.
2. Назначить дело № 074/05/5-928/2024 к рассмотрению на 22 мая 2024 года в 13:30 по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, 59, каб. 330.
3. Признать лицами, участвующими в деле: - заявитель; - лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства – ИП <...>; - заинтересованное лицо – _____.
4. ИП <...> в срок до 20 мая 2024 года представить надлежащим образом заверенные документы и сведения:
 - 4.1) письменные пояснения по факту распространения рекламы «18+ VEGAS men's club vegas-spa.ru +7-351-271-69-69 Академика Королева, 10» в здании международного аэропорта г. Челябинска имени И.В. Курчатова, с приложением подтверждающих документов;

4.2) сведения о заказчике рассматриваемой рекламы, с приложением подтверждающих документов;

4.3) цифровой макет рекламной конструкции с указанием сведений об изготовителе рекламной конструкции (с приложением договора, акта приема-передачи, квитанции об оплате и иных документов); 4.4) иные сведения, имеющие отношение к рассматриваемому делу.

5. Заинтересованному в срок до 20 мая 2024 года представить надлежащим образом заверенные документы и сведения:

5.1) письменные пояснения по факту распространения рекламы «18+ VEGAS men's club vegas-spa.ru +7-351-271-69-69 Академика Королева, 10» в здании международного аэропорта г. Челябинска имени И.В. Курчатова;

5.2) иные сведения, имеющие отношение к рассматриваемому делу.

При участии в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе представителей, их полномочия должны быть оформлены доверенностью на право представления лица в антимонопольном органе. Дополнительно сообщаем, что в целях обеспечения реализации Ваших прав на участие в рассмотрении дела путем дистанционного участия посредством видеоконференцсвязи с использованием программного обеспечения TrueConf необходимо на адрес to74@fas.gov.ru заблаговременно представить ходатайство об участии в данном рассмотрении. При себе необходимо иметь документ, удостоверяющий личность представителя. Обязанность предоставления в антимонопольный орган информации, в том числе составляющей коммерческую, служебную и иную охраняемую законом тайну, установлена статьей 34 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе». Дополнительно сообщаем, что непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации), влечет ответственность, предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.