

## ПОСТАНОВЛЕНИЕ № А17/379-14.3

о назначении административного наказания  
за нарушение законодательства о рекламе

2017. г. г. Тюмень

Заместитель руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области <...>, рассмотрев материалы дела №А17/379-14.3, возбужденного в отношении ИП <...> (адрес регистрации: 625000, г.Тюмень, ул. <...>, ИНН 720302622592, ОГРНИП 308723207800142, <...> г.р., место рождения гор. Ишим), по признакам административного правонарушения, предусмотренного ч.1 ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее - КоАП РФ),

в присутствии ИП <...> (предъявлен паспорт гражданина РФ), которой права лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении, закрепленные ст.25.1 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ, Кодекс) разъяснены,

### УСТАНОВИЛ:

Решением Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Тюменской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе № Р17/26-05 от 25.07.2017г. признана ненадлежащей реклама, размещенная по адресу: г. Тюмень, ул. Ленина, остановочный пункт движения маршрутных транспортных средств «Центральный рынок» следующего содержания: *«Раскрой свои желания АНДРЕЙ магазин фантазий 18+ ул. Орджоникидзе, 58 тел. 705544»* и непристойным изображением открытого декольте девушки», поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе).

Ответственность за распространение ненадлежащей рекламы предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Исследовав материал административного дела, установлено следующее.

Согласно статье 3 Закона о рекламе, рекламой является информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирования или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке. Под объектом рекламирования понимается 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.

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

Таким образом, рассматриваемая информация является рекламой, где объектом рекламирования выступает магазин «Андрей».

В соответствии с [частью 6 статьи 5](#) 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.

В отношениях, возникающих в связи с рекламой товаров, услуг следует исходить из того, что соответствующая реклама не должна противоречить нормам морали и нравственности, принятым в обществе. Соблюдение такого баланса обеспечивается существующим законодательным запретом на использование в любой рекламе непристойных образов.

Согласно письму ФАС России от 29 апреля 2013 г. N АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 Закона о рекламе, 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.

Согласно информации, содержащейся в Толковом словаре русского

языка под редакцией С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой понятие "непристойный" определяется как "неприличный, бесстыдный"; "неприличный - противоречащий правилам приличия"; "приличие - правило поведения, вежливость, благопристойность".

Согласно Международному [кодексу](#) рекламной практики, принятому на 47-ой сессии Исполнительного совета Международной торговой палаты (с изменениями и дополнениями от 02.12.1986), определяющему основные принципы рекламы, вся реклама должна быть законной, пристойной, честной и достоверной. Всякая реклама должна разрабатываться с высокой степенью ответственности перед обществом.

Согласно [статье 1](#) Кодекса, реклама не должна содержать заявлений или изображений, нарушающих общепринятые нормы пристойности.

В соответствии с [разделом](#) "Интерпретация" реклама должна оцениваться по тому действию, которое она может оказать на потребителя, с учетом конкретного рекламносителя.

Как указано в Информационном [письме](#) Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе", при оспаривании в суде факта распространения рекламы с нарушением требований [Закона](#) соответствующая реклама должна оцениваться по тому воздействию, которое она может оказать.

В рассматриваемой рекламе демонстрируется зона декольте крупным планом, а также в совокупности со словосочетанием «Раскрой свои желания АНДРЕЙ магазин фантазий 18+» эксплуатирует женский образ и поддерживает интерес к сексу.

В данной рекламе магазина «Андрей», словосочетание «Раскрой свои желания» приобретает фривольный смысл (не вполне пристойный, нескромный), рассматриваемая реклама содержит адресованное потребителям рекламы предложение «раскрыть свои желания», то есть раскрыть скрытые сексуальные желания.

Следовательно, рассматриваемая реклама содержит адресованное потребителям рекламы предложение раскрыть то, что скрыто от общепринятых норм морали и нравственности, воспринимается потребителями мужского и женского пола как провоцирующая, порождающая смысловую неоднозначность.

Непристойным в указанной рекламе является совокупность слов

«Раскрой свои желания», а так же сексуальный подтекст, переданный посредством образа и изображения глубокого женского декольте, поскольку такое содержание рекламы нарушает такие нормы этики, как благопристойность, нравственность, целомудрие, ассоциируется с интимными желаниями и товарами интимного характера, что позиционирует поведение, противоречащие общепринятым нормам морали и нравственности.

При квалификации нарушений части 6 статьи 5 Закона о рекламе антимонопольные органы вправе принимать во внимание различные материалы и документы, в том числе экспертные исследования и оценки. В частности, мнение специалиста имеет значение при оценке рекламы, восприятие которой может быть различным для разных групп населения, например, при выяснении непристойных и оскорбительных образов и выражений в рекламе.

Данная реклама была вынесена на обсуждение членов Экспертного Совета по применению законодательства о рекламе при Тюменском УФАС России, заседание которого состоялось 13.06.2017г.

Члены Экспертного совета отметили, что на территории г.Тюмени, магазин «Андрей» широко известен жителям ассортиментом товаров интимного характера. Изображение зоны декольте, выполненное крупным планом с расстегивающейся молнией, к которой прикреплена этикетка с фразой «АНДРЕЙ магазин фантазий» и фраза «Раскрой свои желания» - эксплуатирует интерес к сексу, о чем так же свидетельствует наличие значка 18+.

Члены Экспертного совета отметили, учитывая специфичность рекламируемых товаров, недопустимость такого рода рекламы способом размещения на рекламных конструкциях остановочных комплексов маршрутных транспортных средств, так как она становится доступной всем категориям населения города Тюмени, в том числе несовершеннолетним.

Члены Экспертного совета решили единогласно, что реклама магазина фантазий «Андрей» содержит в себе признаки нарушений ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

Основной вид деятельности сети магазинов «Андрей» составляет розничная торговля товарами интимной гигиены и изделиями эротической направленности. Ассортимент товаров интимного характера магазина «Андрей» хорошо известен жителям г.Тюмени. Осведомленность об ассортименте товаров, в совокупности со словосочетанием «Раскрой свои желания АНДРЕЙ магазин фантазий

18+» и изображением зоны декольте, выполненным крупным планом с расстегивающейся молнией, вызывает у потребителей рекламы стойкие ассоциации с сексуальными образами, желаниями, поддерживает интерес к сексу, что придает рассматриваемой рекламе непристойность.

В соответствии с разъяснениями, изложенными в п. 16 Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 18.10.2012 №58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» по делам о привлечении лиц к административной ответственности, предусмотренной статье 14.3 КоАП РФ, 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.

В силу вышеизложенных норм права и разъяснений ВАС РФ, понятие нравственности, в том числе и в рекламе, является оценочным. Критерии отнесения изобразительных образов и выражений к непристойным законодательством РФ не установлены и субъективны для каждого конкретного случая.

Вывод о признании рекламы непристойной или обратный вывод делается должностным лицом (лицами) административного органа, рассматривающего соответствующее дело, или судом исходя из собственного восприятия и оценки рассматриваемой рекламы и иных собранных по делу материалов.

Заголовок «Раскрой свои желания» означает «оказаться в состоянии, в силах сделать что-либо, получить возможность раскрыть свои желания» и в литературном языке требует присутствие инфинитива, конкретизирующего содержание, направленность желаний. Отсутствие такового порождает лексическую двусмысленность, недоговоренность, что в обиходной речи, как правило, связывают с интимной темой.

А так же, заголовок, в совокупности с изображением глубокого декольте девушки с расстегивающейся молнией эксплуатирует заложенный в нем сексуальный подтекст, что так же придает рекламе непристойность.

Данная реклама нарушает принятые в обществе нормы морали и

нравственности, так как потребителем рекламы является не только целевая аудитория, на привлечение внимания которой данная реклама направлена, но и иные категории граждан, в том числе несовершеннолетние дети.

Это ведет к тому, что невольными потребителями данной рекламы могут стать дети и граждане, для которых в силу религиозных, философских, политических убеждений указанное изображение с используемым текстом являются неприемлемым и оскорбительным.

В силу требований п. 1 ст. 14 Федерального закона от 03.07.1999 №31 «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации», ребенок должен быть защищен от информации, пропаганды и агитации, наносящей вред его здоровью, нравственному и духовному развитию.

Использование в рекламе описанного изображения может негативно влиять на формирование образа женщины у детей, а именно, указывать на правильность поведения по демонстрации гендерных признаков, пропагандировать непристойность.

Таким образом, реклама следующего содержания: «Раскрой свои желания АНДРЕЙ магазин фантазий 18+ ул. Орджоникидзе, 58 тел. 705544» и изображением глубокого декольте девушки. По адресу: г. Тюмень, ул. Ленина, остановочный пункт движения маршрутных транспортных средств «Центральный рынок», нарушает требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку в ней присутствует непристойное изображение декольте девушки в совокупности с текстовыми фразами, поддерживающими интерес к сексу.

В соответствии с частью 6 ст. 38 Закона о рекламе, ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Согласно пункту 5 статьи 3 Закона о рекламе, рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержания лицо.

Материалами дела установлено, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является ИП <...> (адрес места нахождения: 625000, г. Тюмень, ул. <...>, ИНН 720302622592).

В соответствии с частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 4 настоящей](#)

[статьи](#), [статьями 14.37](#), [14.38](#), [19.31](#) настоящего Кодекса,

– влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Субъектом административного правонарушения по делу № А17/379-14.3 выступает – ИП <...> (адрес регистрации: 625000, г.Тюмень, ул. <...>, ИНН 720302622592, ОГРНИП 308723207800142, <...>г.р., место рождения гор. Ишим).

Вина ИП <...>. состоит в том, что она не выполнила установленных Законом о рекламе требований и не предприняла всех зависящих от нее мер по их соблюдению.

Объективные обстоятельства, делающие невозможным исполнение установленных законом требований, при рассмотрении дела не установлены.

Таким образом, ИП <...>., распространяя вышеуказанную рекламу, с нарушением рекламного законодательства, совершила административное правонарушение, ответственность за которое предусмотрена частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

В соответствии с частью 1 статьи 2.1 КоАП РФ административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

На рассмотрении дела ИП <...>с правонарушением согласилась, свою вину признает, обязуется не допускать подобных нарушений.

Место совершения административного правонарушения – город Тюмень.

Время совершения административного правонарушения, установленное материалами дела Р17/26-05 – с 18.04.2017г. по 01.06.2017 г.

Дело об административном правонарушении № А17/379-14.3 в соответствии с ч. 3 ст. 4.1 КоАП РФ рассматривалось с учетом характера совершенного ИП <...>административного правонарушения, обстоятельств, смягчающих и отягчающих административную ответственность.

Обстоятельств, свидетельствующих о малозначительности совершенного правонарушения, при рассмотрении дела не установлено.

Вместе с тем, Федеральным законом от 03.07.2016 N 316-ФЗ «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» статья 4.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дополнена статьей 4.1.1, устанавливающей, что 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, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

В соответствии со статьей 2 указанного закона данные изменения вступают в силу со дня официального опубликования (опубликовано на Официальном интернет-портале правовой информации <http://www.pravo.gov.ru> - 04.07.2016).

Согласно статье 4 Федерального закона «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» к субъектам малого и среднего предпринимательства относятся внесенные в единый государственный реестр юридических лиц потребительские кооперативы и коммерческие организации (за исключением государственных и муниципальных унитарных предприятий), а также физические лица, внесенные в единый государственный реестр индивидуальных предпринимателей и осуществляющие предпринимательскую деятельность без образования юридического лица (далее - индивидуальные предприниматели), крестьянские (фермерские) хозяйства.

Согласно сведениям из Единого реестра субъектов малого и среднего предпринимательства И П < ... > относится к категории малое предприятие и внесена в реестр 01.08.2016г.

Согласно части 2 статьи 3.4 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях 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.

ИП <...> впервые совершила нарушение рекламного законодательства, материалы, свидетельствующие о причинении имущественного ущерба либо вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, отсутствуют.

С учетом изложенного административное наказание ИП <...> в виде административного штрафа, предусмотренное частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, подлежит замене на предупреждение.

С учетом положений ч. 1 ст. 3.1 КоАП РФ, закрепившей цели административного наказания, предупреждение является официальным предостережением лица от возможности совершения им противоправного действия.

Применение предупреждения влечет для нарушителя соответствующие правовые последствия. Лицо, которому назначено предупреждение, считается подвергнутым данному наказанию в течение одного года со дня окончания исполнения постановления о назначении предупреждения. Если в течение года такое лицо совершит новое административное правонарушение, то к нему может быть применено более строгое административное наказание.

Руководствуясь статьями 4.1.1., 4.1, 23.48, 29.9, 29.10, а также статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

**ПОСТАНОВИЛ:**

1. Признать И П <...>виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

2. В соответствии со статьей 4.1.1. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях объявить И П <...> (адрес регистрации: 625000, г.Тюмень, ул. <...>, ИНН 720302622592, ОГРНИП 308723207800142, 30.12.1967 г.р., место рождения гор. Ишим) официальное порицание в форме предупреждения за нарушение требований части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

- 3 статьи 30.1. и частью 1 статьи 30.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях предусмотрено, что постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в Арбитражный суд в течение 10 суток со дня вручения или получения 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.

Заместитель

руководителя управления <...>