

РЕШЕНИЕ

по делу № 41/04-2017р

Резолютивная часть решения оглашена 15 сентября 2017 года

В полном объеме решение изготовлено 15 сентября 2017 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: Председателя Комиссии: <...> – заместителя руководителя – начальника отдела товарных рынков и естественных монополий Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области; Членов Комиссии: <...> – специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России; <...> – специалиста отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в отсутствие надлежащим образом уведомленного о дате, месте и времени рассмотрения дела: заявителя: физического лица;

в присутствии от лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: <...>директора ООО «Кира»;

в отсутствие лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе: ООО «Газета»;

при ведении протокола <...> – специалистом отдела ФРИР Кировского УФАС России;

рассмотрев материалы дела № 41/04-2017р по признакам части 6 статьи 5, пункта 5 части 4 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») по факту размещения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте -<...> в разделе «Новости-Культура» информации о мужском клубе «Зажигалка»,

УСТАНОВИЛА:

В Кировское УФАС России поступило обращение физического лица о нарушении, по мнению заявителя, Федерального закона «О рекламе» при распространении в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте -<...> в разделе «Новости-Культура» информации о мужском клубе «Зажигалка».

Определением от 11.04.2017 возбуждено дело № 41/04-2017р в отношении ООО «Кира».

Заявитель – физическое лицо явку не обеспечил, ходатайств об отложении не заявлял.

Ответчик – ООО «Кира» направил законного представителя – директора <...> (приказ о назначении № 2 от 09.01.2017г.), который факт нарушения не признал, представил письменные пояснения.

Определением от 26.04.2017 срок рассмотрения дела продлен до 11.07.2017. Дополнительно

привлечено к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства –ООО «Газета».

Определением от 05.06.2017 рассмотрение дела № 41/04-2017р отложено.

Определением от 28.06.2017 рассмотрение дела № 41/04-2017р приостановлено в связи с необходимостью установления местонахождения лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения части 6 статьи 5, пункта 5 части 4 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Определением от 30.08.2017 рассмотрение дела возобновлено и назначено на 15.09.2017.

Заявитель –физическое лицо явку не обеспечил, ходатайств об отложении не заявлял.

Ответчик – **ООО «Кира» направил законного представителя <...>-директора ООО «Кира», которая факт нарушения не признала.**

Ответчик-ООО «Газета» явку представителя не обеспечил, ходатайств об отложении не заявлял, запрошенные документы не представил.

Изучив материалы дела, комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается товар, средство его индивидуализации, 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, размещенная в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте <...> в разделе «Новости-Культура», адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования - мужскому клубу «Зажигалка», способствует формированию интереса к рекламируемым товарам и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

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.

Согласно Толковому словарю русского языка (под редакцией <...> – М., 1999г.) значение слова непристойный – неприличный, бесстыдный.

Согласно Новому толково-словообразовательному словарю (под ред. <...> М.: Русский язык, 2000) значение слов:

-непристойный – крайне неприличный, бесстыдный, предосудительный.

-неприличный - не отвечающий, противоречащий правилам приличия;

-предосудительный - заслуживающий осуждения, порицания.

В силу пункта 5 части 4 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» реклама не должна содержать информацию порнографического характера.

Понятие информации порнографического характера содержится в [статье 2](#) Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», под которой понимается информация, представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера.

Соответственно, в случае выявления в рекламе информации, подпадающей под указанное описание, такая реклама должна признаваться нарушающей [пункт 5 части 4 статьи 5](#) Федерального закона «О рекламе».

При этом информация, сопровождается видеороликами, содержащими рекламу мужского клуба "Зажигалка", содержащих изображение и открытую демонстрацию обнаженного женского тела, нарушает традиционно сложившиеся в обществе нравственные нормы, так как в российском обществе не существует традиций демонстрации обнаженного тела, кроме того, такая демонстрация является неприличной и оскорбительной, поскольку противоречит правилам приличия, нормам общественной морали и нравственности, умаляет достоинство женщины.

Совокупность всех элементов зрительного воздействия на потребителя рекламы: откровенные позы женщин в рекламе, степень обнаженности, свидетельствует о том, что используемые в рекламе изображения, в том числе полуобнаженных женских тел, являются непристойными и оскорбительными.

Учитывая, что образ обнаженной женщины для некоторой категории граждан в силу религиозных, философских, политических и иных убеждений является оскорбительным, рассматриваемая реклама носит эротический характер и ограничивает потенциального потребителя рекламы в возможности ее игнорировать.

Рассматриваемая информация сопровождается изображением, в том числе обнаженных и полуобнаженных женских тел и частей тела, содержащей образы и выражения, являющиеся непристойными.

Заявление гражданина свидетельствует о восприятии рекламы, доведенной до него, как непристойной и оскорбительной.

С учетом вышеизложенного, реклама мужского клуба «Зажигалка» под заголовком «Зажигалка» привезет в Киров лучших танцовщиц для «золотой молодежи», размещенная в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте <...>, является ненадлежащей, поскольку содержащийся в рекламной информации фото и видеоматериал об открытии мужского клуба «Зажигалка», носит порнографический характер, а также содержит непристойные и оскорбительные образы, что не соответствует требованиям части 6 статьи 5, пункта 5 части 4 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч. 6 ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение части 6 статьи 5, пункта 5 части 4 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Согласно информации, представленной АО «РСИЦ» (вх. № 2296 от 04.04.2017) администратором доменного имени <...> в период с 20.06.2011 по 08.02.2017 являлось ООО «Газета» <...>.

Учитывая тот факт, что на момент размещения рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» доменное имя <...> принадлежало ООО «Газета», следовательно, рекламодателем является ООО «Газета». Доказательств обратного ООО «Газета» в материалы дела не представлено.

Из анализа имеющихся в деле документов следует, что нарушение рекламного законодательства произошло по вине ООО «Газета» (реklamодателя).

Учитывая тот факт, что на момент принятия решения спорная реклама не размещается Комиссия решила предписания о прекращении нарушения рекламного законодательства ООО «Газета» не выдавать.

В отношении ООО «Кира» рассмотрение дела прекратить в связи с неподтверждением в его действиях факта нарушения рекламного законодательства.

На основании ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе 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.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении юридического лица ООО «Газета» и должностного лица ООО «Газета».

Руководствуясь ст. 3, ст. 5, ст. 33, ст. 36, ст. 38 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, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия,

Р Е Ш И Л А:

1. Признать рекламу мужского клуба «Зажигалка», размещенную в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» на сайте <...> в разделе «Новости-Культура», ненадлежащей, так как она противоречит части 6 статьи 5, пункту 5 части 4 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения ООО «Газета» не выдавать.

3. В отношении ООО «Кира» рассмотрение дела прекратить в связи с неподтверждением в его действиях факта нарушения рекламного законодательства.

4. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении юридического лица ООО «Газета» и должностного лица ООО «Газета».

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации, в суд общей юрисдикции в порядке, предусмотренном ст. 131 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>