

## РЕШЕНИЕ

17 июня 2011 г. г. Самара

Комиссия Самарского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: .....

рассмотрев дело № 7404-11/8 по признакам нарушения Самарской городской общественной организацией инвалидов «Алмаз» пункта 1 части 5 статьи 5, части 11 статьи 5, части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» по факту распространения в г. Самара наружной рекламы клуба «Sexon», в которой использовался образ полуобнаженной девушки, а также слова на иностранном языке;

### **в присутствии представителей:**

**заявителя** – отсутствует (дело возбуждено по собственной инициативе);

**лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе** – Самарская городская общественная организация инвалидов «Алмаз» (443099, г. Самара, ул. Молодогвардейская, 88, ИНН 6317034120), представитель по доверенности № 01 от 01.06.2011 г. .... (о времени и месте рассмотрения дела лицо уведомлено надлежащим образом, врученным нарочно Определением (исх. № 6383/8 от 09.06.2011 г.), о чем имеется соответствующая отметка);

**заинтересованного лица** – \_\_\_\_\_

**эксперта** – \_\_\_\_\_

**переводчика** – \_\_\_\_\_

### **УСТАНОВИЛА:**

Самарским УФАС России 07.04.2011 г. в г. Самара в районе пересечения улиц Полевая и Ново-Садовая было выявлено распространение наружной рекламы клуба «Sexon» следующего содержания: «Sexon Ново-Садовая, 106 / ТД Захар VIP-резерв 205 05 99 9 апреля Maxima hotel www.loveradiosamara.ru Завораживающие / Космическое / Улетное КОСМОС Студия красоты Claude Sagnier Paris» с изображением космонавта, космических объектов, планеты на фоне звездного неба, а также полуобнаженной

девушки, держащей в руках оружие.

Согласно части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений.

Кроме того, данный рекламный образец содержит ряд слов на иностранном языке: «Maxima Hotel», «vip», «Claude Sagnier Paris».

Согласно пункту 1 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации. В соответствии с частью 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе», при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства о государственном языке Российской Федерации. Согласно подпункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 г. № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», государственный язык РФ подлежит обязательному использованию в рекламе.

Согласно статье 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Рекламодателем данной рекламы являлось Самарская городская общественная организация инвалидов «Алмаз», что подтверждается следующими документами и материалами:

1) Рекламным образцом клуба «Sexon» и графиком его распространения, представленными на рассмотрении дела представителем Самарской городской общественной организации инвалидов «Алмаз»;

2) Устными пояснениями представителя Самарской городской общественной организации инвалидов «Алмаз»;

3) Лицензией В 0002872 № 3481 от 18.02.2009 г., выданной Лицензионной палатой Самарской области Самарской городской общественной организации инвалидов «Алмаз» на розничную продажу алкогольной продукции по месту нахождения клуба «Sexon» - г. Самара, ул. Ново-Садовая, д. 106.

Согласно данным документам указанная реклама распространялась в г. Самара на 12 афишах формата 180x180 с 03.04.2011 г. по 09.04.2011 г.

Рассмотрев представленные документы и материалы, Комиссия Самарского УФАС России пришла к следующим выводам.

1. Согласно части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и

выражений.

В процессе рассмотрения дела комиссией Самарского УФАС России было изучено лексическое значение слов «непристойность» и «оскорбить».

В соответствии с Большим толковым словарем современного русского языка: В 4 т./ Под ред. Д.Н. Ушакова. Т. 1. М., 1935; Т. 2. М., 1938; Т. 3. М., 1939; Т. 4, М., 1940; репринтовое издание М., 1995; М., 2000:

**«непристойность»** — крайне предосудительный, совершенно недопустимый по неприличию, бесстыдству;

**«оскорбить»** — крайне унижить, обидеть, причинить моральный ущерб, боль кому-либо.

Самарское УФАС России обратилось в ряд общественных организаций с просьбой сообщить свое мнение об использовании в данной рекламе непристойных и оскорбительных образов. Данные ответы оформлены на фирменных бланках организаций, с исходящими номерами и подписаны уполномоченными лицами.

В своем ответе Общественная организация «Самарская областная организация Союза Журналистов России» (исх. № 102 от 25.04.2011 г. / вх. № 2329-з от 25.04.2011 г.) указало, что «Что же касается изображения в центре рекламного щита «Сексона» фигуры женщины, открыто демонстрирующей свои телесные прелести, то, видимо, его авторы просто не учли, что у каждого вида рекламы, в том числе и у наружной, имеются свои особенности, свои специфические свойства и ее — так называемую наружку — с точки зрения использования нельзя рассматривать в одном ряду, к примеру, с личной коллекцией. Что можно, предположим в своей квартире, то вызывает отрицание в оживленном, посещаемом множеством людей месте, где действуют уже другие правила.

Оценивая рекламный щит «Сексона» с позиции охраны нравственности есть все основания говорить о нарушении действующего законодательства о рекламе, касающегося использования в ней непристойных образов, шокирующих своим цинизмом...».

Самарский общественный комитет в защиту нравственности при Самарской и Сызранской Епархии Русской Православной Церкви Московского Патриархата в своем письме (исх. № б/н от 10.05.2011 г. / вх. № 2928-з от 16.05.2011 г.) указал, что «Считаю рекламу клуба «Sexon» шокирующей, пропагандирующей растленный образ жизни, и потому неэтичной, т. е. нарушающей Федеральный Закон «О рекламе». Можно ставить вопрос о том, допустима ли вообще реклама подобных клубов и подобного времяпрепровождения. Но совершенно недопустимо использование таких образов, как в рассматриваемом случае, близких к порнографическим. Ведь эту рекламу видят дети, да и просто граждане, не желающие смотреть на такие образы».

С учетом мнений Самарского общественного комитета в защиту нравственности при Самарской Епархии Русской Православной Церкви Московского Патриархата и Самарской областной организации Союза Журналистов России данная реклама признана ненадлежащей, содержащей нарушение требования, установленного законодательством Российской Федерации о рекламе, а именно – часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», так как в ней использован непристойный и оскорбительный образ, который оскорбляет как чувства верующих, так и убеждения физических лиц.

Кроме того, согласно п. 3 ст. 17 Конституции РФ осуществление прав и свобод человека и гражданина не должно нарушать права и свободы других лиц, а данная реклама напрямую затрагивает права и свободы человека и гражданина. Указанная реклама распространялась в общественных местах, была общедоступной и существенно затрагивала личные неимущественные права неопределенно большого круга лиц.

Таким образом указанная реклама нарушает требования части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Рекламный образец клуба «Sexon» содержит ряд слов на иностранном языке: «Maxima Hotel», «vip», «Claude Sagnier Paris».

Согласно пункту 1 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации. В соответствии с частью 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе», при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства о государственном языке Российской Федерации. Согласно подпункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 г. № 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации», государственный язык РФ подлежит обязательному использованию в рекламе.

Согласно части 2 статьи 3 указанного закона в случаях использования в сферах, указанных в части 1 настоящей статьи, наряду с государственным языком Российской Федерации государственного языка республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языков народов Российской Федерации или иностранного языка тексты на русском языке и на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, должны быть идентичными по содержанию и техническому оформлению, выполнены разборчиво.

В соответствии с частью 3 статьи 3 ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» положения части 2 настоящей статьи не распространяются на фирменные наименования, товарные знаки, знаки обслуживания.

В рекламе аналоги на государственном языке РФ, идентичные иностранным словам, не были указаны.

С доводом представителя Самарской городской общественной организации инвалидов «Алмаз» о том, что указанные в рекламном образце слова на иностранном языке являются фирменными наименованиями, нельзя согласиться, поскольку доказательств, подтверждающих регистрацию данных средств индивидуализации, представлено не было.

Таким образом, использование иностранных слов «Maxima Hotel», «vip», «Claude Sagnier Paris» в указанной рекламе нарушает требования части 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Признаки нарушения пункта 1 части 5 статьи 5 ФЗ «О рекламе» не подтвердились, поскольку искажения смысла информации Комиссией Самарского УФАС России не усматривается.

Таким образом, реклама клуба «Sexon» содержит нарушения части 11 статьи 5 и части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 настоящего закона.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

#### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу клуба «Sexon», распространявшуюся в г. Самара на 12 афишах формата 180x180 с 03.04.2011 г. по 09.04.2011 г., которая содержала непристойный и оскорбительный образ, а также содержала слова на иностранном языке без использования аналогов на государственном языке Российской Федерации, что нарушает требования части 6 статьи 5 и части 11 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе Самарской городской общественной организации инвалидов «Алмаз» не выдавать в связи с прекращением нарушения законодательства о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Самарского

УФАС России Артамоновой О.Н. для составления протокола по делу об административном правонарушении, предусмотренном части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Резолютивная часть решения оглашена 14 июня 2011 г.

Решение изготовлено в полном объеме 17 июня 2011 г.

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