

РЕШЕНИЕ

07 апреля 2011г.

г.Томск

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

председатель Комиссии: В.И. Шевченко - руководитель Томского УФАС России;

члены Комиссии: Е.П. Фоминых - начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания; Е.В.Чуклина - специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания; рассмотрев дело №06-11/16-11 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по факту распространения рекламной статьи бара «Зажигалка» с использованием образов обнаженных девушек в журнале «My Way», № 8 декабрь 2010 на страницах 64-66,

в присутствии представителя ООО «Реал» Н. (директора, действующего на основании Устава), С. (действующего на основании доверенности от 01.04.2010г.),

в присутствии представителя ООО «Томский Бизнес-журнал» Ш. (директора, действующего на основании Устава), П.,

УСТАНОВИЛА:

В ходе осуществления полномочий по контролю за соблюдением законодательства о рекламе печатными СМИ, должностными лицами отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания были выявлены признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, которые выразились в следующем.

В журнале «My Way», № 8 декабрь 2010 на страницах 64-66 размещена статья о работе бара «Зажигалка», в которой в форме интервью повествуется о стриптизе, как одном из способов легального развлечения, о работе танцовщиц, о шоу-программах и услугах, предлагаемых клиенту в баре «Зажигалка». Указанная статья сопровождается изображениями обнаженных девушек, в том числе, трех обнаженных девушек в душевой кабине, полуобнаженной девушки в сценическом костюме, обнаженных девушек, танцующих на пилоне.

По данному факту определением от 21.03.2011г. возбуждено производство по делу №06-11/16-11 по признакам нарушения законодательства о рекламе в отношении ООО «Реал».

В письменном отзыве на определение о возбуждении производства по делу №06-11/16-11 ООО «Реал» указало, что Общество действительно является рекламодателем рекламной статьи размещенной на страницах 64-44 «My Way», № 8 декабрь 2010, но с нарушением законодательства о рекламе, в частности с нарушением ч.6 ст.5 ФЗ «О рекламе» не согласно, так как, реклама на содержит бранных слов, в рекламе отсутствуют непристойные и оскорбительные образы. По мнению ООО «Реал», для признания рекламы ненадлежащей, согласно формулировке ч.6 ст.5 Федерального Закона «О рекламе», образы, используемые в рекламе, должны быть и непристойными и оскорбительными. Изображения, сопровождающие рекламную статью, не являются непристойными и недопустимыми в нашем обществе, кроме того, не являются оскорбительными для какой-либо общественной группы.

В письменном отзыве на определение о возбуждении производства по делу №06-11/16-11 ООО «Томский Бизнес-журнал» указало, что согласно договору 09/12/09 с ООО «Реал» опубликовало рекламную статью бара «Зажигалка» в журнале «My Way», № 8 декабрь 2010. Образы, используемые в данной рекламе, отображают суть бизнеса компании, а именно, показывают услуги стриптиза, деятельность стриптиз баров не запрещается законодательством Российской Федерации. Фотографии, сопровождающие рекламную статью, были сделаны в самом баре, кроме того, обнаженные образы с давних пор используются в изобразительном искусстве, т.е. не могут оскорбить чувства граждан, нарушить общепризнанные нормы морали, нравственности. Образы обнаженных женщин не размещены на обложках издания и, следовательно, не могут вызвать интерес у несовершеннолетних. Журнал «My Way» это журнал для мужчин и женщин, который распространяется в упакованном виде по именной доставке.

На заседаниях Комиссии по рассмотрению данного дела 05.04.2011г., 07.04.2011г. законный представитель ООО «Реал» Н. подтвердила доводы, изложенные в отзыве.

На заседаниях Комиссии по рассмотрению данного дела 05.04.2011г., 07.04.2011г. законный представитель ООО «Томский Бизнес-журнал» Ш. подтвердил доводы, изложенные в отзыве, дополнительно пояснил, что подобные образы используются и в иных изданиях, например, журнал «Максим».

Определением Комиссии Томского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по

признакам нарушения законодательства о рекламе от 05.04.2011г., рассматриваемая рекламная статья вынесена на обсуждение Экспертного Совета по рекламе при Томском УФАС России. В ходе заседания Совета, член Экспертного Совета по рекламе, А., в прошлом редактор журнала «My Way» и автор рассматриваемой статьи пояснил, что деятельность данного бара является законной и абсолютно приемлемой, при написании статьи перед автором стояла сложная задача, не просто разрекламировать услуги стрип-бара, но и показать положительные стороны этого вида деятельности, как для клиентов, так и для танцовщиц, например, «в хорошем стриптиз-баре ты получаешь массу сексуальных впечатлений, но и жене при этом не изменяешь», «с новыми девушками работают профессиональные визажисты, а затем каждая осваивает эту премудрость самостоятельно. То же относится и к посещению солярия, и к занятиям с хореографом — это все необходимые элементы нашей профессии», в связи с чем, материал направлен на привлечение внимания как клиентов стрип-бар «Зажигалка», так и потенциальных танцовщиц указанного заведения.

После обсуждения членами Совета данной рекламы на голосование вынесен следующий вопрос: «являются ли образы, используемые в рекламе бара «Зажигалка», в совокупности их визуального и текстового ряда, непристойными?». Результаты голосования: «являются пристойными» - 6, «являются непристойными» - 8.

Рассмотрев материалы дела и заслушав доводы представителей, приняв во внимание мнения членов Экспертного Совета по рекламе при Томском УФАС России, Комиссия пришла к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе», Закон) реклама - 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.

Рассматриваемая статья под заголовком «Я влюбляюсь в гостя...» бара «Зажигалка» обладает перечисленными признаками, следовательно, является рекламой.

Объектами рекламирования выступают стрип-бар «Зажигалка», услуги оказываемые в указанном заведении, такие как: water strip show, когда «девушка заходит в специальную душевую кабинку, намыливает себя под струями воды и все это смывает. Ей даже можно намылить спинку. Более того гость может и сам с девушкой в душ пойти — при понятных ограничениях»; популярная услуга - освободить девушку от работы и провести с ней вечер; table dance танец на столе; танец на коленях у гостя; массаж в привате; одна из главных услуг - общение в приватной обстановке, приватный танец для нескольких гостей, несколькими девушками и т.д.

Согласно части 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.

Согласно разъяснениям ФАС России №АК/41964 от 29.11.2010, положение ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе следующие виды информации: 1) бранные слова; 2) непристойные образы, сравнения, выражения; 3) оскорбительные образы, сравнения, выражения.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

К оскорбительным образам, сравнениям, выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, понижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Непосредственно из текстового содержания рекламной статьи однозначно следует, что указанное заведение носит стриптиз направленность. Подробное описание услуг и деятельности заведения в тексте рекламы делает необоснованным использование образов обнаженных женщин. Вместе с тем, рассматриваемая рекламная статья сопровождается изображениями обнаженных девушек, указанные образы носят сексуальную направленность и неоправданно доминирует в рекламной статье.

Согласно статье 37 Закона РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» под средством массовой информации, специализирующимся на сообщениях и материалах эротического характера, для целей настоящего Закона понимаются периодическое издание или программа, которые в целом и систематически эксплуатируют интерес к сексу.

Печатное издание - журнал «My Way» не является эротическим изданием. Согласно свидетельству о регистрации средства массовой информации ПИ № ТУ 70-00136 специализируется на публицистической, развлекательной, рекламной, информационной, справочной тематике, реклама более 40 %, Следовательно, на указанное издание не распространяются требования ст.16 Федерального закона «О рекламе», сообщения и материалы рекламного характера не сопровождаются пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы». В связи с чем, форма написания рассматриваемой рекламной статьи – интервью, манера изложения – беседа с конкретным человеком, могут не восприниматься читателем как рекламный материал. Вместе с тем, в действительности, статья является рекламной и субъективно отражает только положительные стороны рекламируемых услуг и видов деятельности, в данном случае танца на пилоне, стриптиза. Следовательно, читателю навязывается сугубо положительное отношение к рекламируемому образу танцовщицы стриптиза, к ее образу жизни, которые неоднозначно воспринимаются различными представителями общественности.

Реклама бара «Зажигалка» размещена в печатном издании, и хотя журнал предназначен для мужчин и женщин, а также распространяется посредством именной доставки, форма и способ распространения не исключает возможность доступности рекламы для более широкой аудитории (журнал может оказаться в руках несовершеннолетних).

Рекламная статья бара «Зажигалка», в совокупности визуального и текстового ряда, нарушает общепринятые модели и принципы поведения в обществе, с точки зрения норм морали и нравственности, следовательно, противоречит части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе». Согласно ч. 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является общество с ограниченной ответственностью «Реал».

Согласно ч.6, ст. 38 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований ч.6 ст.5 указанного Закона несет рекламодатель

Комиссия Томского УФАС России, руководствуясь пунктом 1 части 2 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», п.37- п.42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу общества с ограниченной ответственностью «Реал», размещенную в журнале «My Way», № 8 декабрь 2010 на страницах 64-66 в форме рекламной статьи, поскольку в ней нарушены требования ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».
2. Выдать обществу с ограниченной ответственностью «Реал» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Выдать обществу с ограниченной ответственностью «Томский Бизнес-журнал» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе
4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Томского УФАС России для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 21 апреля 2011 года.

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

Председатель Комиссии В.И. Шевченко

Члены Комиссии Е.П. Фоминых

Е.В.Чуклина

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации
о рекламе по делу №06-11/16-11

07 апреля 2011г.

г.Томск

Комиссия Томского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе: председатель Комиссии: В.И. Шевченко - руководитель Томского УФАС России;

члены Комиссии: Е.П. Фоминых - начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания; Е.В.Чуклина - специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания;

на основании своего решения от 07 апреля 2011г. по делу №06-11/16-11 о признании ненадлежащей рекламы бара «Зажигалка», размещенной в журнале «My Way», № 8 декабрь 2010 на страницах 64-66, с нарушением ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частей 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Томский Бизнес-журнал» в течение 10 дней со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», а именно: прекратить распространение рекламы бара «Зажигалка» с использованием непристойных образов, в нарушение ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. ООО «Томский Бизнес-журнал» представить в Томское УФАС России письменные доказательства исполнения п.1 настоящего предписания в срок до 13 мая 2011г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Томское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить штраф на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии В.И. Шевченко

Члены Комиссии Е.П.Фоминых Е.В. Чуклина

ПРЕДПИСАНИЕ
о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации
о рекламе по делу №06-11/16-11

07 апреля 2011г.

г.Томск

Комиссия Томского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения

законодательства о рекламе в составе: председатель Комиссии: В.И. Шевченко - руководитель Томского УФАС России;

члены Комиссии: Е.П. Фоминых - начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания; Е.В.Чуклина - специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатиrowания;

на основании своего решения от 07 апреля 2011г. по делу №06-11/16-11 о признании ненадлежащей рекламы бара «Зажигалка», размещенной в журнале «My Way», № 8 декабрь 2010 на страницах 64-66, с нарушением ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частей 1,3 статьи 36 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Обществу с ограниченной ответственностью «Реал» в течение 10 дней со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе», а именно: прекратить распространение рекламы бара «Зажигалка» с использованием непристойных образов, в нарушение ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. ООО «Реал» представить в Томское УФАС России письменные доказательства исполнения п.1 настоящего предписания в срок до 13 мая 2011г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Томское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить штраф на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

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

Председатель Комиссии В.И. Шевченко

Члены Комиссии Е.П.Фоминых Е.В. Чуклина