

## **РЕШЕНИЕ**

**по делу № 078/05/5-138/2024**

Резолютивная часть оглашена «17» апреля 2024 года Санкт-Петербург  
В полном объеме решение изготовлено «02» мая 2024 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии:

<...>

члены Комиссии:

<...>

рассмотрев дело № 078/05/5-138/2024 по признакам нарушения ООО «Пино Нуар» (ИНН: 7840096325; ОГРН: 1217800080321, адрес: 191186, г. Санкт-Петербург, ул. Большая морская, д. 14, лит. А, пом. 30-Н, оф. 3-7) части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Закон о рекламе),

### **УСТАНОВИЛА:**

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу (далее — Управление) из Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации Правительства Санкт-Петербурга (исх. № ОБ 643-3/23-0-3 от 29.12.2023) поступило обращение физического лица, относительно ненадлежащей, по мнению заявителя, рекламы расположенной на фасаде (пилястре) здания по адресу: Санкт-Петербург, Невский проспект дом 15, нарушающей требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Сотрудниками Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации Правительства Санкт-Петербурга проведен мониторинг торгового объекта по указанному выше адресу. По имеющимся у Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации Правительства Санкт-Петербурга сведениям, предпринимательскую деятельность по вышеупомянутому адресу

осуществляет ООО «Пино Нуар» (ИНН: 7840096325; ОГРН: 1217800080321, адрес: 191186, г. Санкт-Петербург, ул. Большая морская, д. 14, лит. А, пом. 30-Н, оф. 3-7) с помощью проекционного оборудования для проекции рекламы на фасаде (пилястре) здания.

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 (пункт 1 статьи 3 Закона о рекламе).

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Следовательно, реклама — определенная неперсонифицированная информация, направленная на продвижение определенного объекта рекламирования, даже если она направляется по определенному адресному списку. Такая информация может быть размещена в средствах массовой информации или иных общедоступных местах (например, на рекламных конструкциях), где она в силу способа своего размещения адресуется любым лицам.

Спорная информация размещена неограниченное время в публичном месте. Доступ к спорной информации никак не ограничен.

Таким образом, проекция «Титечная» размещенная по адресу Санкт-Петербург, Невский проспект дом 15, является рекламой.

В силу части 6 статьи 5 Закона о рекламе не допускается в рекламе использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола.

В поступивших в Управление из Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации Правительства Санкт-Петербурга (исх. № ОБ 643-3/23-0-3 от 29.12.2023) материалах содержалась оценка экспертов Саморегулируемой организации Ассоциацию маркетинговой индустрии «Рекламный совет» относительно соответствия требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе и нормам, изложенным в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты, в соответствии с которой: *«...над входом в помещение, занимаемое организацией, указано обозначение «Pinup бар», на сайте организации - «Pinup бар», на странице организации Вконтакте — «Титечная №1 -Pinup бар». При этом ни*

*одно из указанных обозначений не зарегистрировано в качестве элемента фирменного наименования (данные ЕГРЮЛ по состоянию на 04.12.2023 г.). В соответствии с п. 2 ст. 1538 Гражданского кодекса для индивидуализации одного предприятия не могут одновременно использоваться два и более коммерческих обозначения. Исходя из частности употребления, можно предположить, что коммерческим обозначением в данном случае является один из вариантов написания «Pipur бар», а надпись «Титечная», следовательно, с названием организации не совпадает.*

*Исходя из местоположения надписи, можно заключить, что эта информация адресована неопределенному кругу лиц (всем прохожим) и направлена на привлечения внимания, формирование интереса и продвижение на рынке эротических услуг «Pipur бар». То есть спорная информация является рекламой.*

*В данной рекламе используется просторечное слово, привлекающее внимание к услугам «Pipur бара» с помощью эксплуатации интереса к сексуальной жизни. Сама по себе эксплуатация этого интереса в данном случае оправдана спецификой услуг, оказываемых организацией. Вместе с тем, использование просторечия, сведение женщины исключительно к одной части её тела могут рассматриваться как унижение женского достоинства. То есть есть основания считать нарушенной ч. 6 ст. 5 Закона «О рекламе».*

*Если «Pipur бар» предложит считать своим коммерческим обозначением слово «титечная», то возникнет вопрос о неправомерном получении согласования на размещение конструкции «Pipur бар». Потому что именно последнюю тогда придется считать рекламой, размещенной под видом вывески, то есть без надлежащего согласования...».*

*С учетом изложенного, Санкт-Петербургское УФАС России усматривает признаки нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе при размещении рекламы «Титечная».*

*Субъекты ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе определены статьёй 38 Закона о рекламе. В силу части 6 этой статьи за нарушение требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе несет ответственность рекламодатель.*

*Рекламодателем указанной рекламы, по имеющимся в Управление сведениям, является ООО «Пино Нуар».*

*Таким образом, в действиях ООО «Пино Нуар», как рекламодателя усматриваются признаки нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе.*

Санкт-Петербургское УФАС России определением от 16 февраля 2024 года № 78/4070/24 возбудило производство по делу № 078/05/5-138/2024 по признакам нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе. Рассмотрение дела назначено на 13 марта 2024 года.

На заседании 13 марта 2024 года Комиссия Санкт-Петербургского УФАС России приняла решение об отложении рассмотрения дела № 078/05/5-138/2024 на 17 апреля 2024 года.

На заседании 17 апреля 2024 года Комиссия Санкт-Петербургского УФАС России изучив материалы дела, комиссия сочла, что материалов дела достаточно для того, чтобы принять решение по настоящему делу. Нет оснований для отложения рассмотрения дела. Лица, участвующие в деле, не заявляли ходатайств об отложении рассмотрения дела.

Комиссия, изучив основания для выдачи предписания, приходит к следующим выводам.

На основании пункта 1 части 2 статьи 33 Закон о рекламе антимонопольный орган вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям, операторам рекламных систем обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе. При этом предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе выдается на основании решения антимонопольного органа о признании рекламы ненадлежащей (часть 3 статьи 33 Закона о рекламе).

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Антимонопольный орган обязан предпринять все зависящие от него действия, направленные на пресечение дальнейшего распространения ненадлежащей рекламы (пускай и в незначительно измененном виде, но содержащей тот же типовой объект рекламирования), в целях обеспечения реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждения нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, что обосновано статьями 1, 33, 36 Закона о рекламе.

Генеральный директор ООО «Пино Нуар» <...> письмом (вх. № 9940 ЭП/24 от 15.04.2024) сообщил, что «...мы не видим нарушений ООО «Пино Нуар» при использовании проекционного оборудования, в части Закона о рекламе...».

На заседании Комиссии 17 апреля 2024 года <...> сообщил, что проекция продолжается.

С учётом изложенного, комиссия считает необходимым выдать ООО «Пино Нуар» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

#### **КОМИССИЯ РЕШИЛА:**

- 1.** Признать ненадлежащей рекламу «Титечная» распространенную ООО «Пино Нуар» с помощью проекционного оборудования, по адресу Санкт-Петербург, Невский проспект, дом 15, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе.
- 2.** Признать в действиях ООО «Пино Нуар» нарушение части 6 статьи 5 Закона о рекламе, которое выразилось в распространении ненадлежащей рекламы с использованием непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола.
- 3.** Выдать ООО «Пино Нуар» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
- 4.** Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Санкт-Петербургского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме «02» мая 2024 года.

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

Председатель <...>

Члены Комиссии: <...>