

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

<...>,

Члены Комиссии:

<...>

рассмотрев дело № 95-ФАС22-Р/07-13 по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту размещения на улицах города Бийска рекламы мероприятия «Пятница развратница» в ночном клубе «Зефир», в которой усматриваются признаки нарушения ч.6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» (далее ФЗ «О рекламе»),

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе –рекламодателя – ООО «ФудМастер» (659300, Алтайский край, г.Бийск,ул.Сенная, 104/1), в лице генерального директора А;

в отсутствие заявителя - Администрация города Бийска Алтайского края (659306, Алтайский край, г.Бийск, 659306, ул.Ленина, 250).

УСТАНОВИЛА:

Представитель заявителя – Администрации города Бийска Алтайского края на рассмотрение дела не явился.

В силу п.30 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением правительства Российской Федерации от 17.08.2006г. № 508, не является препятствием для рассмотрения дела в отсутствие представителя указанного лица, в связи с тем, что заявитель, своевременно и надлежащим образом извещен о времени и месте рассмотрения дела.

В Алтайском краевом УФАС России на рассмотрении находится заявление Администрации города Бийска Алтайского края, направленное по подведомственности Управлением Роскомнадзора по Алтайскому краю и Республике Алтай о рекламе мероприятия «Пятница развратница» в ночном клубе «Зефир» (вхд. № 4141 от 28.05.2013г.).

Указанная реклама содержит следующую информацию: «ZEFIRnightclub 19 апреля ПЯТНИЦА РАЗВРАТНИЦА Танцевальный треш специально для тебя. Супер откровенные танцы + стриптиз на барной стойке. Не стандартное обслуживание полуобнаженными девушками. ВНИМАНИЕ!!! Вход девушкам до 00:00 бесплатно, после 00:00 всем 200р. Заказ столов: <...>» и присутствует изображение женских ягодич в прозрачном кружевном нижнем белье черного цвета.

В соответствии со статьей 3 Федерального закона «О рекламе», 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. 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.

Рассматриваемая информация полностью соответствует легальному определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объектам рекламирования, которыми являются: ночной клуб «Зефир», а также мероприятие «Пятница-развратница», проводимое в указанном клубе.

Из материалов, представленных Администрацией города Бийска, установлено, что указанная реклама размещалась 18-19 апреля 2013г. в г.Бийске, а именно: на тумбе, расположенной справа от входа в Детскую художественную школу по ул.Ленина, 240 - напротив находится МБОУ «Гимназия № 11», по ул.Ленина, 139.

В соответствии с ч.6 ст. 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, 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.

Правовое регулирование рекламной деятельности представляет собой совокупность правовых норм, регулирующих отношения в сфере производства и распространения рекламы.

В 1995г. основан Общественный совет по рекламе, который в 2000 г. преобразован в Рекламный совет России – орган саморегулирования рекламной деятельности.

Саморегулируемой организацией в сфере рекламы признается объединение рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей и иных лиц, созданное в форме ассоциации, союза или некоммерческого партнерства в целях представительства и защиты интересов своих членов, выработки требований соблюдения этических норм в рекламе и обеспечения контроля за их выполнением.

В 2000 г. членами Совета разработан и введен в действие Российский рекламный кодекс.

В его основу положены нормы Международного кодекса рекламной деятельности Международной торговой палаты.

Исходя из понятий и норм, заложенных в Российском рекламном кодексе, Международном кодексе рекламной деятельности, любая реклама должна быть законной, пристойной, корректной и достоверной.

Современная реклама должна разрабатываться с чувством ответственности

перед обществом и должна соответствовать принципам добросовестной конкуренции, общепринятым в коммерческой деятельности. Никакая реклама не должна оказывать отрицательное влияние на доверие общественности к рекламной деятельности.

Термин «этичность рекламы» трактуется как соответствие формы и содержания рекламной информации, условий, порядка, времени и способов ее распространения правилам этики, т.е. совокупности норм поведения, традиций и моральных принципов, сложившихся в обществе.

В Федеральном законе «О рекламе» требования к этичности рекламы установлены частью 6 статьи 5, в соответствии которой в рекламе не допускается использование непристойных образов.

При применении указанной нормы необходимо исходить из смысла и содержания используемых в ней терминов.

Непристойность – все шокирующее, явно ранящее и открыто оскорбляющее скромного и воспитанного человека. Это могут быть жесты, слова и выражения, поступки, одежда или ее отсутствие, изображения и предметы. Понятие непристойности, граница между пристойностью и непристойностью – характеристики, тесно связанные с вопросами нравственности, этики и сложившегося в обществе этикета.

С наружной рекламой в городе не может контактировать ограниченная какими-либо характеристиками группа людей, она предназначена для широкого круга потребителей рекламы (как активных, так и пассивных потребителей), в связи с чем, при ее распространении необходимо учитывать мнение различных слоев населения.

Жители города негативно относятся к указанной рекламе, что подтверждается материалами, представленными Администрацией города Бийска (вхд. № 4629 от 13.06.2013г.).

На основании изложенного, реклама, распространяемая на улицах города, вблизи учебных заведений, содержащая изображение женских ягодиц в прозрачном кружевном нижнем белье, содержит признаки нарушения ч.6 ст. 5 федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований ч.6 ст. 5 настоящего закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

Рекламодателем указанной рекламы является ООО «ФудМастер», что подтверждается письменным пояснением директора указанного юридического лица – А. (вхд. № 5085 от 01.07.2013г.).

Согласно указанному пояснению, изготовлением и разработкой плакатов ночного клуба «Зефир» занимался Арт-директор ООО «Фудмастер» Л., данная

работа входила в его должностные обязанности. Распространением и расклейкой плакатов также занимался Арт-директор ООО «Фудмастер» Л. 30.04.2013г. Л. уволен по собственному желанию.

Согласно отзыву генерального директора ООО «ФудМастер» А. на определение о возбуждении дела по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (вхд. № 5801 от 25.07.2013г.), Общество не отрицает свою вину в совершении данного нарушения. Ночной клуб «Зефир», как и ООО «ФудМастер» прекратил свою деятельность в мае 2013г. Оплата штрафа в случае вынесения решения о привлечении Общества к административной ответственности будет являться непосильной ношей для предприятия. Виновные в совершении данного нарушения должностные лица, на момент возбуждения настоящего дела, уволены и привлечь их к административной ответственности в соответствии с нормами Трудового кодекса не является возможным.

На заседании Комиссии генеральный директор ООО «ФудМастер» А. признала нарушение Федерального закона «О рекламе», поддержав позицию, изложенную письменно. Кроме того пояснила, что в настоящее время ООО «ФудМастер» не ведет никакой хозяйственной деятельности, хотя Общество не ликвидировано.

Таким образом, Комиссией установлено, что при размещении на улицах города Бийска рекламы мероприятия «Пятница развратница» в ночном клубе «Зефир», рекламодателем – ООО «ФудМастер» нарушены требования ч.6 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с ч.4 ст. 38 Федерального закона «О рекламе», нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

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 мероприятия «Пятница развратница» в ночном клубе «Зефир», размещенную на улицах г.Бийская, поскольку в ней нарушены требования ч.6 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».
2. Выдать рекламодателю – ООО «ФудМастер» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.
3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Алтайского краевого УФАС для возбуждения в отношении генерального директора ООО «ФудМастер» А. дела об административном правонарушении, предусмотренном ч.1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 25 июля 2013г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198

Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

ПРЕДПИСАНИЕ № 119 О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

25 июля 2013г.

г. Барнаул

Комиссия управления Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии:

<...>

на основании своего решения от 25 июля 2013г. по делу № 95-ФАС22-Р/07-13 о признании ООО «ФудМастер» нарушившим требования ч.6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе» при размещении на улицах города Бийска рекламы мероприятия «Пятница развратница» в ночном клубе «Зефир», и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. ООО «ФудМастер» (659300, Алтайский край, г.Бийск, ул.Сенная, 104/1), в течение 10 дней со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации, а именно прекратить распространять ненадлежащую рекламу мероприятия «Пятница развратница» в ночном клубе «Зефир».

2. ООО «ФудМастер» (659300, Алтайский край, г.Бийск, ул.Сенная, 104/1), представить в управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания до 15 августа 2013г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе управление Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю вправе, в соответствии с пунктом 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, наложить на должностных лиц штраф 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 Арбитражным процессуальным кодексом Российской Федерации.