

РЕШЕНИЕ

19 мая 2010 г.

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 адвокатирования, Н.В. Базарова - ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования;

рассмотрев дело №06-11/29-10, возбужденное в отношении ООО «Издательство «Рекламный стиль» (далее также – общество, издательство) по признакам нарушения п.1 ст.7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», допущенного при распространении рекламы сексуальных услуг (проституции) в печатном издании «Автоцены в Томске» №2(97) от 21-27 января 2010 г. .,

в отсутствие: представителя заявителя - Комитета по местному самоуправлению Администрации г. Томска;

в отсутствие представителя заинтересованного лица Милиции общественной безопасности УВД по Томской области;

в присутствии представителей Общества с ограниченной ответственностью «Издательство «Рекламный стиль» - директора <...> на основании устава общества, адвоката <...>на основании доверенности от 27.04.2010 г. б/н;

установила:

26.01.2010 (вх.№ 386) в Томское УФАС России поступило обращение комитета по местному самоуправлению Администрации города Томска об обеспечении недопустимости рекламы проституции в томских СМИ. К обращению приложена резолюция Круглого стола «Реклама проституции как фактор растления молодежи» от 06.11.2009, в котором указывалось на факты распространения рекламы проституции в печатном издании «Автоцены в Томске».

В своем обращении комитет по местному самоуправлению Администрации города Томска указывает следующее.

Указом Президента Российской Федерации от 09.10.2007 утверждена «Концепция демографической политики Российской Федерации», имеющая важное государственное и гражданское значение в борьбе с демографическим кризисом в России, для сферы репродукции человека, отношения полов, семьи. Под защиту Концепции попадают и женщины репродуктивного возраста (от 14 лет).

Томск - студенческий город. Согласно социологическому опросу, проведенному по заказу Координационного совета женщин при мэре г. Томска по мнению 373 опрошенных студентов Томских ВУЗов им известны факты занятия проституцией для заработка или за «сдачу экзамена». Проституцией занимаются женщины в возрасте от 16-24 лет. Это — женщины репродуктивного возраста.

Опрос среди томских студентов показал, что 61% из них получают информацию о сексуальных услугах в г. Томске через Интернет, еще 37% — СМИ (газеты «Из рук в руки», «Реклама», «Ва-банк», «А.З.С»; журналы «Недвижимость-Курьер», «Автожурнал», «АВТОцены», «Автокурьер»), 24% — от своих знакомых, 17% — из объявлений на столбах, домах, остановках, общежитиях. Второе место по степени распространения рекламы сексуальных услуг в городе Томске, по мнению опрошенных, занимают газеты, из которых 41,6% респондентов получают данную информацию.

По данным медиков занятие проституцией в репродуктивном возрасте наносит непоправимый вред здоровью будущих матерей. Проституция угрожает не только нравственности, но и демографии и здоровью нации, так как ведет к нарушению репродуктивной функции, прерыванию беременности и бесплодию у женщин, приводит к широкому распространению опасных инфекций, полученных половым путем.

Комитет по местному самоуправлению Администрации города Томска считает, что решение вопросов противодействия проституции, профилактики асоциальных явлений в молодежной среде могут быть решены только комплексно, при усиленном внимании органов власти всех уровней, ректорского корпуса, общественных организаций, средств массовой информации.

При рассмотрении указанного обращения Управлением были направлены поступившие материалы в УВД по Томской области для проведения проверки (исх. №ЕФ/302 от 29.01.2010). Согласно полученным ответам (вх.№ 1624 от 01.04.2010, №1659 от 02.04.2010, вх.№2191 от 27.04.2010) проведенной Милицией общественной безопасности УВД по ТО проверкой установлено, что по

телефонным номерам 22-45-68, 30-80-87, 30-82-03, 57-74-07, опубликованным в издании «Автоцены в Томске» №2(97) от 21-27 января 2010 г. , предлагаются услуги проституток.

В соответствии с действующим законодательством Российской Федерации проституция запрещена. Согласно п.1 ст.7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации.

Таким образом, рекламное объявление «22-45-68», сопровождающееся изображением полуобнаженной женщины, распространенное в печатном издании «Автоцены в Томске» №2(97) от 21-27 января 2010 г. , нарушает требования п.1 ст.7 ФЗ «О рекламе» и в силу п.4 ст.3 ФЗ «О рекламе» является ненадлежащими.

В письменном отзыве на определение о возбуждении дела Общество, в частности, пояснило следующее.

В рубрике «Знакомства» рекламно-информационного издания «Автоцены в Томске» №2(97) от 21-27 января 2010 г. размещено частное объявление, содержащее фотографию девушки в платье с телефонным «22-45-68». Другой информации частное объявление не содержит, а поэтому размещение такого объявления в издании не является противозаконным. Размещенное частное объявление соответствует общим требованиям к рекламе, предусмотренным ст.5 (общие требования к рекламе) Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе». В данном объявлении отсутствует любая информация, которую в соответствии с Федеральным законом «О рекламе» издательство обязано было отследить как рекламораспространитель в целях недопущения публикации в рекламно-информационном издании «Автоцены в Томске». Размещенное частное объявление фотографии девушки с телефонным номером «22-45-68» при отсутствии другой информации не дает законного основания полагать, что указанное объявление кроме целей знакомства (по названию рубрики) преследует другие цели, в том числе оказание бесплатных и платных сексуальных услуг. Полномочий для расследования, оперативных проверок для выявления других целей и мотивов, кроме указанной в рубрике, Издательство не имеет.

Письмом от 23.04.2010 г. исх.№63 (вх.2148 от 23.04.2010 г.) общество также сообщило, что порядок согласования макетов частных объявлений – устное согласование. Период распространения данного объявления является неопределенным – объявления снимаются после одного-двух выходов, изменяются номера телефонов, практически всегда их оплачивают разные люди. Письменные договоры при размещении объявлений от частных лиц не являются обязательными и в данном случае такой договор заключен не был.

При рассмотрении дела 27 апреля 2010 г., 19 мая 2010 г. директор ООО «Издательство «Рекламный стиль» подтвердил изложенные в отзыве на определение о возбуждении дела доводы и пояснил следующее. Требования Федерального закона «О рекламе» (в силу п.6 ст.2) не распространяются на объявления, не связанные с осуществлением не предпринимательской деятельности. Конституцией РФ запрещено вторжение в частную жизнь. У рекламораспространителя нет оснований проверять указанные объявления. Объявления приносят разные люди, это не предприниматели и не юридические лица.

Отвечая на вопросы комиссии Томского УФАС России, представители Общества пояснили следующее. В частных объявлениях о знакомстве, исходя из наименования рубрики издания, должны размещаться объявления тех женщин, которые желают познакомиться посредством опубликования такого объявления. Женщины, изображенные на фото, не размещали объявления о знакомстве в Издательстве. С целью соблюдения требований п.1 ст.7 ФЗ «О рекламе» при размещении рассматриваемого объявления у рекламодателя никакая дополнительная информация не запрашивалась. Рубрика «Знакомство» в издании действует около года, с 1 мая 2010 г. рубрика закрывается в связи с производством по делам о рекламе проституции. При получении заказа на размещение объявления рекламодатель называет номер телефона, а фотографии предоставляет Издательству в электронном виде. Стоимость размещения цветных объявлений выше в сравнении с черно-белыми. Сведения о рекламодателях при размещении таких объявлений в Издательстве не фиксируются.

Комиссия Томского УФАС России, заслушав пояснения представителей ООО «Издательство «Рекламный стиль» С, и, изучив материалы дела, установила следующее.

Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в п.1 ст.3 определяет рекламу как информацию, распространенную любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованную неопределенному кругу лиц и направленную на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Комиссия Томского УФАС России пришла к выводу, что рассмотренное цветное объявление «22-45-68», сопровождающееся изображением полуобнаженной девушки, распространенное в печатном

издании «Автоцены в Томске» №2(97) от 21-27 января 2010 г. ., является рекламой, поскольку соответствуют вышеуказанному определению понятия «реклама».

В соответствии с п.2 ст.3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является 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.

Объектом рекламирования в указанной рекламе являются услуги проституток, что подтверждается нижеследующим.

В соответствии с письмом Томского УФАС России от 05.04.2010 № ЕФ/1214/1 лабораторией социологии и гендерных исследований Томского государственного педагогического университета проведено социологическое исследование «Особенности восприятия рекламных сообщений сексуального характера населением г. Томска». Одной из задач исследования было - выявить, воспринимаются ли частные рекламные сообщения спорного характера (преимущественно сексуального) в рубриках «знакомства» журнала «Автоцены в Томске» как реклама проституции, сексуальных услуг проституток.

Предмет исследования — восприятие и отношение мужчин и женщин трудоспособного возраста, проживающих в г. Томске, к частным рекламным сообщениям спорного характера (преимущественно сексуального) в трех печатных изданиях города Томска, в том числе в журнале «Автоцены в Томске» №2(97) от 21-27 января 2010 г. По результатам исследования было установлено: На вопрос «Как Вы считаете, что подразумевается в частных объявлениях в журнале «Автоцены в Томске» №2(97) от 21-27 января 2010 г. ., представленных в рубрике «Знакомства» поступили следующие варианты ответов:

Знакомство — 1,9 % (6 человек)

Реклама проституции — 82,3% (256 человек)

Реклама салонов красоты – 3,5 % (11 человек)

Реклама нижнего белья – 7,4 % (23 человека)

Реклама мебели – 0,3 % (1 человек)

Другое — 2,9 % (9 человек).

Из социологического исследования, проведенного лабораторией социологии и гендерных исследований Томского государственного педагогического университета, следует, что рекламные сообщения, опубликованные в печатном издании «Автоцены в Томске» №2(97) от 21-27 января 2010 г. ., являются рекламой проституции. Большинство респондентов социологического опроса (82,3%) считают публикации номеров телефонов с указанием имени, сопровождающиеся изображением женщины, в указанной рубрике, рекламой проституции.

Социологическое исследование подтвердило, что информация, размещенная в рубрике «Знакомства» воспринимается большинством потребителей рекламы как реклама проституции.

Согласно письму милиции общественной безопасности УВД по Томской области от 14.04.2010 исх.№ 7-7/2617 сотрудниками милиции была осуществлена проверка на предмет выявления правонарушений, связанных с размещением рекламы проституции в средствах массовой информации «Автоцены в Томске» №2(97) от 21-27 января 2010 г. В ходе осуществления проверки были отработаны телефонные номера, указанные в данном номере журнала «Автоцены в Томске». Установлено, что по указанным номерам действительно размещена реклама проституции. К письму прилагались копии документов, подтверждающих, что посредством размещения в журнале «Автоцены в Томске» вышеуказанных телефонных номеров привлекалось внимание к услугам проституток. В частности, данный факт подтверждался: актами о проведении телефонных разговоров, постановлениями по девяти делам об административном правонарушении по ст.6.11 КоАП РФ, объяснениями привлеченной к административной ответственности по ст.6.11 КоАП РФ гражданки К. от 22 февраля 2010 г., квитанциями об оплате наложенных штрафов, рапортами инспектора ЦБСПСПР при ИАЗ УВД ст. лейтенанта милиции Б актом выдачи денежных средств, протоколами изъятия вещей и документов, протоколом ЖУАП №47 от 24 февраля 2010 г. .

Таким образом, объектом рекламирования рассмотренного рекламного объявления являются именно услуги сексуального характера, оказываемые проститутками, что подтверждается материалами вышеуказанного социологического исследования и результатами проверок, проведенных сотрудниками милиции.

К административным правонарушениям, связанным с проституцией относятся: неисполнение родителями или законными представителями несовершеннолетних обязанностей по содержанию и воспитанию несовершеннолетних (ст.5.35 КоАП РФ); занятие проституцией (ст.6.11 КоАП РФ); получение дохода от занятия проституцией, если этот доход связан с занятием другого лица проституцией (ст.6.12 КоАП РФ).

Таким образом, в КоАП РФ содержатся отдельные нормы, направленные на запрет услуг проституток.

Уголовным законодательством установлены следующие запреты в сфере общественной нравственности: 1) вовлечение в занятие проституцией (ст.240 УК РФ); 2) организация занятия проституцией (ст.241 УК РФ).

Из перечисленных норм следует, занятие проституцией запрещено законом и за нарушение запрета предусмотрена административная, а в отдельных случаях уголовная ответственность.

Согласно п.1 ст.7 Закона «О рекламе» не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации. На основании вышеизложенного, Комиссия пришла к выводу, что в данной рекламе нарушены требования ч.1 ст.7 Закона «О рекламе».

В соответствии с ч.6 и ч.7 ст.38 Закона «О рекламе», ответственность за нарушение ч.1 ст.7 Закона «О рекламе» несет как рекламодаделец, так и рекламодистрибьютор.

Из пояснений представителей ООО «Издательство «Рекламный стиль» и материалов дела следует, что при подаче объявлений рекламодаделец предоставляет информацию для размещения в журнале. При этом договор в письменной форме с рекламодателем не заключается. Представленные ООО «Издательство «Рекламный стиль» копии документов не позволяют определить рекламодателя объявления.

В соответствии с п.7 ст.3 Закона «О рекламе» рекламодистрибьютор — лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств. Согласно пояснениям представителей ООО «Издательство «Рекламный стиль» и материалам дела рекламодистрибьютором является ООО «Издательство «Рекламный стиль».

Таким образом, реклама проституции - «22-45-68», сопровождающаяся изображением женщины, распространенная в журнале «Автоцены в Томске» №2(97) от 21-27 января 2010 г., нарушает требования п.1 ст.7 ФЗ «О рекламе».

В соответствии с п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч.4 ст.38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодистрибьютором законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством РФ об административных правонарушениях.

Руководствуясь п.1 ч.2 ст.33 и ч.1 ст.36 Федерального закона «О рекламе», и в соответствии с пунктами 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения антимонопольного законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу «22-45-68», сопровождающуюся изображением полуобнаженной женщины, размещенную ООО «Издательство «Рекламный стиль» в печатном издании «Автоцены в Томске» №2(97) от 21-27 января 2010 г., нарушающую требования п.1 ст.7 Федерального закона «О рекламе», ненадлежащей.

Выдать ООО «Издательство «Рекламный стиль» предписание об устранении допущенного нарушения законодательства о рекламе в рекламе «22-45-68», сопровождающейся изображением полуобнаженной женщины.

Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Томского УФАС России для рассмотрения и приобщения к делу об административном правонарушении №06-09/74-10, возбужденному в отношении ООО «Издательство «Рекламный стиль».

Решение изготовлено в полном объеме 4 июня 2010 года.

В соответствии со ст.37 Федерального закона «О рекламе» решение, предписание антимонопольного органа могут быть оспорены в суде или арбитражном суде в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания.

Председатель Комиссии

В.И. Шевченко

Члены Комиссии

Е.П. Фоминых

Н.В. Базарова

ПРЕДПИСАНИЕ

о прекращении нарушения законодательства
Российской Федерации о рекламе

19.05.2010 г.
г. Томск

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

председатель Комиссии В.И. Шевченко, руководитель управления,

члены Комиссии: Е.П. Фоминых, начальник отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования; Н.В. Базарова - ведущий специалист-эксперт отдела контроля рекламы, недобросовестной конкуренции и адвокатирования; на основании Решения от 19 мая 2010 г. по делу №06-11/28-10 о признании ненадлежащей рекламы «22-45-68», сопровождающейся изображением полуобнаженной женщины, размещенной ООО «Издательство «Рекламный стиль» в печатном издании «Автоцены в Томске» №2(97) от 21-27 января 2010 г. ., поскольку указанная реклама нарушает требования п.1 ст.7 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе», в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33 частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе»,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

Обществу с ограниченной ответственностью «Издательство «Рекламный стиль» (юридический адрес: <...>) со дня получения настоящего предписания прекратить нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно: прекратить распространение рекламы с использованием номера телефона 22-45-68 и изображения полуобнаженной женщины с нарушением п.1 ст.7 Федерального закона от 13.03.2006 г. №38-ФЗ «О рекламе».

Обществу с ограниченной ответственностью «Издательство «Рекламный стиль» в Томское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в десятидневный срок с момента получения предписания.

В случае неисполнения в установленный срок предписания антимонопольного органа Томское УФАС России 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 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

Н.В. Базарова