

## РЕШЕНИЕ

12 мая 2011г. г. Самара

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Самарской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:.....

рассмотрев дело № 7274-11/8 по признакам нарушения ООО «Аура Продакшен» части 6 и части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе», выразившегося в распространении наружной рекламы на территории г. о. Самара, а также в сети Интернет следующего содержания: «2.04 суббота LUST dance bar NEW LUST NEW LIFE вход свободный FREE ENTER вход свободный».

в присутствии представителей:

заявитель – отсутствует (возбуждено по собственной инициативе);

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Аура Продакшен» (443013, г. Самара, ул. ...., 2) представитель по доверенности № б/н от 07.12.2009г. ....

заинтересованное лицо – \_\_\_\_\_

эксперта – \_\_\_\_\_

переводчика – \_\_\_\_\_

### УСТАНОВИЛА:

В марте 2011 года на в сети Интернет на официальном сайте НК «LUST» [www.lustclub.ru](http://www.lustclub.ru), посредством наружной рекламы, а именно в районе парка им. Ю.Гагарина, а также посредством рекламных листовок распространялась реклама следующего содержания: «2.04 суббота LUST dance bar NEW LUST NEW LIFE вход свободный FREE ENTER вход свободный», в которой используется непристойный и оскорбительный образ, выразившийся в изображении полуобнаженной девушки, интимные места которой закрыты черными квадратами, а также используются слова на иностранном языке «**NEW LUST NEW LIFE**».

Согласно части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «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 части 11 статьи 5 Закона о рекламе при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства о государственном языке Российской Федерации

В соответствии с частью 2 статьи 3 ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» от 01.06.2005 №53-ФЗ в случаях использования в сферах, указанных в части 1 указанной 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, звуковая информация (в том числе в аудио- и аудиовизуальных материалах, теле- и радиопрограммах) на русском языке и указанная информация на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, также должна быть идентичной по содержанию, звучанию и способам передачи.

Таким образом, указанная реклама содержит признаки нарушения части 6 и части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «О рекламе».

ООО «Аура Продакшен» является рекламодателем, то есть лицом которое определило объект рекламирования и содержание рекламы, что подтверждается следующими документами и обстоятельствами:

1. Реклама распространялась ООО «Аура Продакшен» по договору № б/н безвозмездного оказания услуг от 29.03.2011г., заключенному между ООО «Аура Продакшен» (Заказчик) и Лаптевым Матвеем Викторовичем (Исполнитель), согласно которому Исполнитель по заданию Заказчика обязуется оказать услуги по организации мероприятия под названием «NEW LUST NEW LIFE FREE ENTER» в НК «LUST», расположенном по адресу: г. Самара, ул. Дачная, 2.
2. В рекламе указано наименование клуба «LUST», также реклама распространялась

на официальном сайте клуба в сети Интернет [www.lustclub.ru](http://www.lustclub.ru).

ООО «Аура Продакшен» в письменных объяснениях (исх. б/н б/д / вх. 2623-з от 04.05.2011г.) указал следующее: «реклама... была придумана, изготовлена и распространена организатором (исполнителем) данного мероприятия на основании договора №б/н от 29.03.2011г. в котором вся ответственность за несоблюдение требований ФЗ «О рекламе» возлагается на исполнителя...».

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.

Антимонопольным органом к участию в деле в форме запроса мнений по двум рекламным образцам были привлечены такие общественные организации как Общественный комитет в защиту нравственности, Региональное Духовное Управление Мусульман Самарской области, Самарская областная организация союза журналистов России.

Данная реклама содержит визуальные образы обнаженной девушки, интимные места которой закрыты черными квадратами, которые оскорбляют убеждения физических лиц, что и подтверждается письмами указанных выше общественных организаций.

Кроме того, Общественный комитет в защиту нравственности уже выразил свою позицию относительно рекламных образцов, распространенных ООО «Аура Продакшен».

Согласно письму Комитета (исх. б/н от 25.03.11г. / вх. 1924 от 28.03.11г.): «данная реклама неэтична, т.к. она эксплуатирует вновь и вновь женское тело, пробуждает в людях низменные инстинкты, а также служит соблазном для малолетних, возмущает людей, старающихся жить по духовно-нравственным законам».

По оценке РДУМСО (Региональное Духовное Управление Мусульман Самарской области), «Религия ислам основана на чистоте помыслов в вере и высокой нравственности приверженцев этой религии. И не случайно законы исламского шариата предписывает женщинам находиться в общественных местах, соблюдая

определенные правила, а именно: скрывать от посторонних те части тела, которые могут быть восприняты как соблазн для мужчин, ведущий к греховным поступкам».

Самарская областная организация союза журналистов России в лице Большого Жюри (правовая-этическая комиссия) также высказало свое мнение (исх. 100 от 13.04.2011г. / вх. 2235-з от 20.04.11г.), согласно которому: «нарушения общепринятых норм пристойности несут и образы обнаженных женщин, недвусмысленно подчеркивающих возможности клуба а предоставлении его посетителям особых услуг... в рассматриваемой рекламе содержится целый ряд иностранных слов и словосочетаний без перевода на русский язык, что делает ее для большинства пользователей сумбурной, непонятной, запутанной и, в конечном счете, грубо нарушающей закон «О рекламе»».

Все ответы на запросы Самарского УФАС России данными организациями были представлены на фирменных бланках с указанием наименования организаций, их адресов, телефонов, ИНН.

В соответствии с частью 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. № 38-ФЗ «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, религиозных символов, объектов культурного наследия народов РФ, а также объектов культурного наследия, включенных в список всемирного наследия.

С учетом мнений Общественного комитета в защиту нравственности, Регионального Духовного Управления Мусульман Самарской области, Самарской областной организации союза журналистов России рекламного изображения, мест и объекта рекламирования, 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, а также используется слово на иностранном языке.

Кроме того, в п. 3 ст. 17 Конституции Российской Федерации говорится об осуществлении прав и свобод человека и гражданина, 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, что подтверждается обращениями жителей г.о. Самара, мнениями общественных организаций.

Что касается использования иностранных слов в рекламном образце, то при более

детальном изучении рекламных образцов видно, что перевод фразы на иностранном языке «**NEW LUST NEW LIFE**» присутствует в тексте рекламы («Новый Ласт. Новая жизнь \*\* Вход свободный»). Однако, перевод наименования заведения «**LUST dance bar**» **отсутствует.**

Согласно части 11 статьи 5 Закона 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.

Часть 2 статьи 3 указанного закона устанавливает, что 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, звуковая информация (в том числе в аудио- и аудиовизуальных материалах, теле- и радиопрограммах) на русском языке и указанная информация на государственном языке республики, находящейся в составе Российской Федерации, других языках народов Российской Федерации или иностранном языке, если иное не установлено законодательством Российской Федерации, также должна быть идентичной по содержанию, звучанию и способам передачи.

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, а также теле- и радиопрограммы, аудио- и аудиовизуальные материалы, печатные издания, предназначенные для обучения государственным языкам республик, находящихся в составе Российской Федерации, другим языкам народов Российской Федерации или иностранным языкам.

Таким образом, наружная реклама ООО «Аура Продакшен» содержит нарушения части 6 и части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных частями 6 и 11 статьи 5 настоящего Федерального закона.

Однако, согласно п. 2.1.1. договора от 29.03.2011г. безвозмездного оказания услуг

Исполнитель (Лаптев М.В.) обязуется провести рекламную кампанию мероприятия с соблюдением требований ФЗ «О рекламе» своими силами.

Таким образом, Лаптев Матвей Викторович в данном случае является и рекламодателем, и рекламопроизводителем. Следовательно, вина ООО «Аура Продакшен» в данном случае отсутствует.

Согласно части 8 статьи 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований указанных в части 6 и части 11 статьи 5 настоящего Федерального закона в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

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 ООО «Аура Продакшен» следующего содержания: «2.04 суббота LUST dance bar NEW LUST NEW LIFE вход свободный FREE ENTER вход свободный», выразившийся в изображении полуобнаженной девушки, интимные места которой закрыты черными квадратами, а также используются слово на иностранном языке «**LUST**», поскольку в ней нарушены требования части 6 части 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Выдать ООО «Аура Продакшен» предписание о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Резолютивная часть решения оглашена 05 мая 2011г.

Решение изготовлено в полном объеме 12 мая 2011г. Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198

Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.