<...>

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о назначении административного наказания в виде предупреждения по делу № 076/04/14.3-735/2023

об административном правонарушении

23 августа 2023 г. г. Ярославль

Резолютивная часть оглашена 21 августа 2023 г.

Врио руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы России по Ярославской области <...>, рассмотрев постановление о возбуждении дела об административном правонарушении по части 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), и материалы дела об административном правонарушении, возбужденного в отношении <...>, зарегистрирован по адресу: <...>, в присутствии помощника прокурора Кировского района г. Ярославля <...> лично (служебное удостоверение),

<...> о месте и времени рассмотрения дела об административном правонарушении уведомлен надлежащим образом (почтовый идентификатор –<...>), явку не обеспечил,

у с т а н о в и л:

В Ярославское УФАС России поступило постановление заместителя прокурора района младшего советника юстиции <...> от 09 июня 2023 года о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, в отношении индивидуального предпринимателя <...> (вх. № 8207/22 от 20.06.2023).

В ходе рассмотрения дела установлено следующее.

Пользователем под псевдонимом «<...>» 08 апреля 2023 года в сети Интернет в социальной сети Вконтакте на странице <...> размещен материал следующего содержания: «Наконец то, можно уже записываться!!! Караоке-бар АД (от создателей ресторана Март) Петь, пить и получать удовольствие от жизни. Для этого мы создали караоке-бар АД. Место притяжения и бешеной энергетики в самом центре Ярославля. Уже в мае!».

Также 26 апреля 2023 года пользователем под псевдонимом «<...>» размещена запись следующего содержания: «Моя мечта сбылась, друзья! «Ад» мы построили. И, наконец, открываем! Теперь в Ярославле есть новый караоке-бар, ночной клуб и дискозал в одном месте. Об этом я мечтал и жил этим последние полтора года. Пожалуй, самые сложные полтора года в моей жизни. Я прошёл тяжелую онкологию, угрозу убийства, предательство самых близких, мне подкидывали наркотики, даже были мысли о суициде. Но всё это мелочи по сравнению с тем, что мы открыли ресторан Март, который за несколько месяцев стал одним из лучших и очень любимым гостями рестораном Ярославля. Уже в эту пятницу и субботу мы открываем дополнение к нашему ресторану: караоке, диско и ночной клуб АД. Это будет техническое открытие только для моих близких, которые были рядом эти полтора года. Все места были расписаны ещё месяц назад. Наверное, будут косяки со звуком и обслуживанием. Заодно всё и подрегулируем! Чтобы каждый чувствовал себя в абсолютной безопасности, вводим очень строгий фейс-контроль. Но! Попасть к нам в клуб всё-таки можно и прямо в пятницу и субботу! Всего одно условие. Девушки, пришедшие в пятницу и субботу с 21:00 ТОПЛЕС, точно пройдут фейс-контроль и будут допущены бесплатно. Для всех остальных дресс-код вечеринки – TOTAL SEX! Мы здесь, чтобы жечь, кайфовать, отрываться и наслаждаться жизнью! Устроим настоящий бал сатаны в центре Ярославля с самыми успешными мужчинами и самыми красивыми девушками города! Вы готовы? Тогда до встречи! Счастлив, люблю. Искренне ваш. P. S. Открыта бронь в АД на майские праздники! Мест уже мало. Кто собирался, срочно звоните. Вам ответит Настя из Ада! Телефон: 8-930-103-5-999».

30 мая 2023 года пользователем под псевдонимом «<...>» размещен текст следующего содержания: «Если от Мартьянова, то красиво, масштабно и с размахом! Вы же меня знаете поэтому понимаете, что я должен был поздравить тройку Королев Бала максимально эпатажно и ярко! Ну я и поздравил! Выбрал подарки на свой вкус. И размер! Девочки, прекрасные, спасибо, что вы есть! Будьте счастливы, любимы и сексуально

удовлетворены. Для утех душевных музыкально-танцевальных ждём вас в караоке-баре АД. адрес: ул.Нахимсона, 18 телефон: <...> страница: @adbar_yar Отдельное спасибо каждому, кто принял участие в нашем голосовании по выбору Королевы Бала. 700 человек! Вы крейзи!».

Согласно пункту 1 части 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе») реклама – информация, распространяемая любым способом, в любой форме и использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

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. Такой признак рекламной информации, как предназначенность ее для неопределенного круга лиц, означает отсутствие в рекламе указанного о неком лице или лицах, для которых реклама создана и на восприятие которых реклама направлена.

Рассматриваемая информация по своему содержанию и целевой направленности является рекламой, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, формирование или поддержание интереса к ним и их продвижение на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 Закона о рекламе объект рекламирования - 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 рассматриваемом случае является караоке-бар.

Согласно части 6 статьи 5 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 пункту 16 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" по делам о привлечении лиц к

административной ответственности, предусмотренной статьей 14.3 КоАП РФ, за использование ими в рекламе бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных (то есть крайне предосудительных и недопустимых ввиду неприличия) и (или) оскорбительных (то есть способных причинить обиду) специальных знаний, как правило, не требуется, в связи с чем неназначение судом соответствующей экспертизы само по себе не является основанием для отмены судебного акта.

Согласно позиции ФАС России к непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности. К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям – слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

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

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

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидумом в отдельности.

Восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее), соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. Для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную. В отношениях, возникающих в связи с рекламой товаров, услуг, следует исходить из того, что соответствующая реклама не должна противоречить нормам морали и нравственности, принятым в обществе. Соблюдение такого баланса обеспечивается существующим законодательным запретом на использование в любой рекламе непристойных выражений.

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом, по мнению ФАС России, для признания

рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

В материалах дела имеются объяснения от члена Советов по проведению государственной религиоведческой экспертизы при Управлении Министерства юстиции РФ по Ярославской области <...>., согласно которым размещенные <...> материалы способны оскорбить чувства верующих христиан независимо от их деноминации.

Таким образом, целью распространения данной рекламы является привлечение внимания неопределенного круга лиц посредством создания аналогии данной организации с образом ада путем использования фраз «Ад», «устрою настоящий бал сатаны»; использования сочетания красного и черного цветов; использования смайлов в виде черта, что вызывает ассоциации с сатанизмом.

Из объяснений старшему помощнику прокурора Кировского района г. Ярославля от 09 июня 2023 года следует, что страницу в социальной сети Вконтакте под псевдонимом «<...>» использует только <...> Текст рекламных записей придумывал и размещал самостоятельно.

Следовательно, <...>, размещая 08.04.23, 26.04.23, 16.5.23, 30.05.23 в социальной сети Вконтакте на странице <...> рекламу караоке-бара «Ад», нарушил требования части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Кроме того, в нарушение части 16 статьи 18.1 ФЗ «О рекламе» при размещении 08.04.23, 26.04.23, 16.5.23, 30.05.23 рекламных записей в социальной сети Вконтакте на странице <...> отсутствуют пометка "реклама", а также указание на рекламодателя такой рекламы и (или) сайт, страницу сайта в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", содержащие информацию о рекламодателе такой рекламы.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 данного закона, несет рекламодатель.

Согласно части 7 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 16 статьи 18.1 данного закона, несет рекламораспространитель.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламораспространителем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодателем

является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

На основании изложенного, а также имеющихся в материалах дела документов, в соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе», рекламодателем и распространителем рассматриваемой рекламы является<...>ч.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Ответственность за нарушение требований части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе» предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, согласно которой нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных частями 2 - 6 настоящей статьи, частью 4 статьи 14.3.1, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Согласно части 2 статьи 2.1 КоАП РФ юридическое лицо признается виновным в совершении административного правонарушения, если будет установлено, что у него имелась возможность для соблюдения правил и норм, за нарушение которых настоящим Кодексом или законами субъекта Российской Федерации предусмотрена административная ответственность, но лицом не были приняты все зависящие от него меры по их соблюдению.

Материалы дела позволяют сделать вывод о том, что <...> имел возможность предотвратить совершение административного правонарушения. Лицо могло и должно было предотвратить и не допустить нарушения законодательства о рекламе.

Учитывая изложенное, должностное лицо Управления Федеральной антимонопольной службы по Ярославской области приходит к выводу о совершении<...> виновного действия, образующего состав административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ.

Смягчающих, отягчающих административную ответственность обстоятельств не установлено.

Согласно части 1 статьи 4.1.1 КоАП РФ за впервые совершенное административное правонарушение, выявленное в ходе осуществления государственного контроля (надзора), муниципального контроля, в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не

предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение при наличии обстоятельств, предусмотренных частью 2 статьи 3.4 настоящего Кодекса, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи.

Согласно части 2 статьи 3.4 КоАП РФ предупреждение устанавливается за впервые совершенные административные правонарушения при отсутствии причинения вреда или возникновения угрозы причинения вреда жизни и здоровью людей, объектам животного и растительного мира, окружающей среде, объектам культурного наследия (памятникам истории и культуры) народов Российской Федерации, безопасности государства, угрозы чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, а также при отсутствии имущественного ущерба.

В соответствии с частью 3 статьи 3.4 КоАП РФ в случаях, если назначение административного наказания в виде предупреждения не предусмотрено соответствующей статьей раздела II настоящего Кодекса или закона субъекта Российской Федерации об административных правонарушениях, административное наказание в виде административного штрафа подлежит замене на предупреждение в соответствии со статьей 4.1.1 настоящего Кодекса.

Обстоятельств, препятствующих выдаче предупреждения, не установлено.

Руководствуясь статьями 3.4, 4.1, 4.1.1, 23.48, 29.9, а также частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ, врио руководителя управления <...>,

П О С Т А Н О В И Л:

привлечь <...> (<...>) за совершение административного правонарушения, предусмотренного частью 1 статьи 14.3 КоАП РФ в связи с нарушением части 1 статьи 18 ФЗ «О рекламе», к административной ответственности в виде предупреждения.

В соответствии с пунктом 3 части 1 статьи 30.1 и статьей 30.3 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано лицами, указанными в статьях 25.1 - 25.5.1 КоАП РФ, вынесенное должностным лицом - в вышестоящий орган, вышестоящему должностному лицу либо в районный суд по месту рассмотрения дела в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно части 1 статьи 31.1 КоАП РФ постановление по делу об административном правонарушении вступает в законную силу после

истечения срока, установленного для обжалования постановления по делу об административном правонарушении, если указанное постановление не было обжаловано или опротестовано.

Ври руководителя

Ярославского УФАС России <...>