

Председатель Комиссии Забайкальского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе А.В. Горбунова, врио руководителя управления, рассмотрев материалы, указывающие на признаки нарушения рекламодателем – ООО «Клуб» части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон о рекламе) и рекламодателем – ИП П. и ИП части 10.2 статьи 5 Закона о рекламе;

### **УСТАНОВИЛА:**

Прокуратурой Центрального района г. Читы в адрес Забайкальского УФАС России, для определения наличия (отсутствия) нарушений требований Закона о рекламе, была направлена реклама, следующего содержания: «VIOLET, PRIVATE CLUB, ул. Н. Островского, 15а, 319-319», с изображением девушки и мужчины.

В ходе мониторинга, проводимого на основании статьи 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Забайкальским УФАС России установлены факты, распространения указанной выше рекламы по адресу Забайкальский край, г.Чита, ул. Ленина 55 и ул. Н. Островского, 15а.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе реклама - это информация, распространяемая 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 2 статьи 3 Закона о рекламе определяет объект рекламирования как 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.

В силу указанных норм Закона о рекламе указанная выше информация, соответствует понятию рекламы, закрепленному в действующем законодательстве, поскольку адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования и способствует продвижению на рынке объекта рекламирования.

Объектом рекламирования в данном случае является «приват-клуб «VIOLET»».

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 4 статьи 3 Закона о рекламе ненадлежащей рекламой является реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Указанная выше реклама содержит признаки нарушения части 6 и части 10.2 статьи 5 Закона «О рекламе».

В соответствии с [частью 6 статьи 5](#) 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.

В соответствии с толковым словарем русского языка С.И. Ожегова непристойный - неприличный, бесстыдный; неприличный – не соответствующий, противоречащий правилам приличия; бесстыдный – лишенный чувства стыда, противоречащий общественной морали, непристойный. Приличие же представляет собой правило поведения, пристойность, а приличный – значит соответствующий приличиям, пристойный, подобающий, уместный.

Понятие неприличности является родственным и сходным по значению непристойному. Непристойный образ (внешний вид, облик) – это образ, способный вызвать у потребителя рекламы ощущение своей неуместности и недопустимости, то есть несоответствия данной обстановке, ситуации.

Таким образом, непристойным образом является неприличный, бесстыдный образ. То есть образ, который интерпретируется воспринимающим субъектом как нечто бесстыдное, в чем отсутствуют приличия, что не соответствует нормам поведения.

Указанная реклама распространялась на центральной улице города, следовательно, доступна для всех без исключения категорий граждан, в том числе и несовершеннолетнего возраста.

Вышеназванная реклама для некоторых категорий граждан в силу религиозных, философских и иных убеждений может являться оскорбительной.

Правовая защита потребителей от восприятия неэтичной информации закреплена в Конституции Российской Федерации. Так из содержания ст. 29 Конституции РФ следует, что Российское государство гарантирует защиту личных неимущественных прав граждан, в том числе умаление общепризнанных норм морали, нравственности в обществе.

При этом, очевидно, что 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, ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения её этичности различными категориями населения, вполне обоснована. При этом, 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.

25 сентября 2014 года состоялось заседание Экспертного совета по применению законодательства Российской Федерации о рекламе при Забайкальском УФАС России (Далее - Экспертный совет). По результатам заседания Экспертного совета, указанная выше реклама была признана не соответствующей требованиям Закона о рекламе, а именно признана неэтичной.

Кроме того, указанная выше реклама распространялась возле Забайкальской

краевой библиотеки им. Пушкина А.С., по адресу Забайкальский край, г.Чита, ул. Ангарская 34.

В соответствии со статьёй 1 Федерального закона от 29 декабря 1994 г. N 78-ФЗ "О библиотечном деле" библиотека - информационная, культурная, просветительская организация или структурное подразделение организации, располагающие организованным фондом документов и предоставляющие их во временное пользование физическим и юридическим лицам;

В соответствии с частью 10.2. статьи 5 Закона о рекламе не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную для распространения среди детей в соответствии с [Федеральным законом](#) от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", в предназначенных для детей образовательных организациях, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организациях, организациях культуры, организациях отдыха и оздоровления детей или на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий указанных организаций.

В соответствии с частью 2 статьи 5 Федерального закона от 29 декабря 2010 г. N 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", к информации, запрещенной для распространения среди детей, относится, в том числе, информация отрицающая семейные ценности и формирующая неуважение к родителям и (или) другим членам семьи, порнографическая информация.

Понятие информации порнографического характера содержится в [статье 2](#) Федерального закона "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", под которой понимается информация, представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера, в том числе такого действия, совершаемого в отношении животного.

Таким образом, указанная выше реклама содержит признаки нарушения части 10.2 статьи 5 Закона о рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламодатель.

Рекламодателем в силу пункта 5 статьи 3 Закона о рекламе является изготовитель или продавец товара либо иное лицо, определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы.

Согласно выписке из ЕГРЮЛ, по адресу ул. Н.Островского 15 а, зарегистрировано общество с ограниченной ответственностью «Клуб» (далее – ООО «Клуб»).

Таким образом, из материалов дела следует, что рекламодателем является ООО «Клуб».

В соответствии с частью 7 статьи 38 Закона о рекламе ответственность за нарушение требований части 10.2 статьи 5 Закона о рекламе несет рекламораспространитель.

Согласно пункту 7 статьи 3 Закона о рекламе рекламодателем является лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

По информации представленной Управлением потребительского рынка администрации городского округа «Город Чита», разрешение на установку рекламных конструкций по адресу Забайкальский край, г.Чита, ул. Ленина, 55 выдано П., разрешение на установку рекламной конструкции по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А выдано П.

Таким образом, рекламодателями являются ИП П. и ИП П.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 20, 21 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508;

### ОПРЕДЕЛИЛА:

1. Возбудить производство по делу № 49 по признакам нарушения Закона о рекламе в отношении рекламодателя ООО «Клуб», и рекламодателей ИП П. и ИП П.
2. Признать лицами, участвующими в деле:

лица, действия которых содержат признаки нарушения закона о рекламе:

- ООО «Клуб»;
- ИП П.;
- ИП П.

3. **Назначить дело № 49 к рассмотрению на 19 декабря 2014 года в 11 часов 00 минут, по адресу: г. Чита, ул. Лермонтова, 14, каб. 5.**
4. Явка законных представителей с надлежащим образом заверенными доверенностями на участие в рассмотрении дела обязательна.
5. **ООО «Клуб» в срок до 17 декабря 2014 года** представить следующие документы и материалы:

- надлежащим образом заверенные копии учредительных документов (Свидетельство о постановке на учет юридического лица в налоговом органе, Свидетельство о государственной регистрации юридического лица, выписка из ЕГРЮЛ)

- письменное пояснение по признакам нарушения части 6 статьи 5 Закона «О рекламе»;

- надлежащим образом заверенные копии договоров на аренду (право собственности) указанного в рекламе помещения, расположенного адресу г. Чита, ул. Н.Островского, 15 а;

- надлежащим образом заверенные копии договоров на изготовление и размещение указанной выше рекламы.

**6. ИП П в срок до 17 декабря 2014 года** представить в Забайкальское УФАС России, следующую информацию:

- надлежащим образом заверенные копии учредительных документов (Свидетельство о постановке на учет в налоговом органе, Свидетельство о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, выписку из ЕГРИП);

- письменное пояснение по признакам нарушения части 10.2 статьи 5 Закона о рекламе;

- надлежащим образом заверенные копии договоров на изготовление и размещение указанной выше рекламы.

**7. ИП П. в срок до 17 декабря 2014 года** представить в Забайкальское УФАС России, следующую информацию:

- надлежащим образом заверенные копии учредительных документов (Свидетельство о постановке на учет в налоговом органе, Свидетельство о государственной регистрации в качестве индивидуального предпринимателя, выписку из ЕГРИП);

- письменное пояснение по признакам нарушения части 10.2 статьи 5 Закона о рекламе;

- надлежащим образом заверенные копии договоров на изготовление и размещение указанной выше рекламы.

**Одновременно напоминаем, что в соответствии с частью 6 статьи 19.8 КоАП непредставление в федеральный антимонопольный орган, его территориальный орган сведений (информации), предусмотренных законодательством о рекламе, а равно представление таких сведений (информации) в неполном объеме или в искаженном виде либо представление недостоверных сведений (информации) влечет наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от двух тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до двухсот тысяч рублей.**

Председатель Комиссии