

1. Заявитель <...>

**2. СИХ «Аквилон Инвест»**

163000, г. Архангельск,  
ул. Попова, д. 14, этаж 6

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № 03-05/16-2018**

**Резолютивная часть оглашена «13» августа 2018 года**

**Решение в полном объеме изготовлено «21» августа 2018 года**

**«21» августа 2018 года**

**г. Архангельск**

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Архангельской области (далее по тексту – Архангельское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель  
Комиссии - Цакулов Ю.Г.

заместитель руководителя, начальник  
отдела антимонопольного контроля и  
рекламы

Архангельского УФАС России;

Члены  
Комиссии:

- Шестакова Н.М. главный специалист-эксперт  
отдела антимонопольного контроля  
и рекламы Архангельского УФАС  
России;

- Ипатова Т.В. ведущий специалист-эксперт  
отдела антимонопольного контроля  
и рекламы Архангельского УФАС  
России;

рассмотрев дело № 03-05/16-2018, возбужденное по заявлению <...>, в отношении СИХ «Аквилон Инвест» по признакам нарушения требований ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – ФЗ «О рекламе»)

#### **УСТАНОВИЛА:**

12.04.2018 (входящий № 2596) в адрес Архангельского УФАС России поступило заявление гражданки <...> о признаках нарушения, по мнению заявителя, СИХ «Аквилон Инвест» требований ФЗ «О рекламе» при распространении в г. Архангельске информации следующего содержания: *«Квартира с отделкой всего за 9 900 рублей в месяц ДЕШЕВЛЕ, ЧЕМ СНЯТЬ!...»*. Данная информация сопровождается изображением полуобнаженной женщины.

По мнению заявителя, данная реклама является сексистской, оскорбляет и унижает женщин, основана на эксплуатации сексуальности женского тела.

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе») реклама - 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.

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.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный

для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Как указано в постановлении Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 № 4-П реклама рассматривается законодателем как средство продвижения товаров, работ и услуг на общий рынок Российской Федерации.

Согласно Международному кодексу рекламной практики под потребителем рекламы понимается любое лицо, которому адресована реклама или которого она может достичь, вне зависимости от того, является ли он конечным потребителем, торгующим субъектом или пользователем.

Экономической целью размещения рекламы для лица, осуществляющего производство, реализацию товара (работ, услуг), является продвижение и продажа товара (работ, услуг) оптовому покупателю и конечному потребителю.

Рассматриваемая информация распространена посредством конструкции, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования — квартира с отделкой за 9 900 рублей в месяц, формирует и поддерживает интерес к объекту рекламирования и его продвижение на рынке, т.е. отвечает законодательному определению рекламы, приведенному в п. 1 ст. 3 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 11 ст. 5 ФЗ «О рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

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 (ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе»).

В соответствии с письмом ФАС России от 29.04.2013 № АД/17355/13 «О порядке применения ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе» вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. 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, 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 Архангельском УФАС России создан Экспертный совет по рекламе.

Согласно статье 33 ФЗ «О рекламе» Экспертный совет вправе признать рекламу ненадлежащей. Экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Архангельском УФАС России. Его решения имеют рекомендательный характер и представляются в территориальное управление ФАС России для принятия решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации, реализации государственной политики в области контроля соблюдения рекламного законодательства и подготовки предложений по совершенствованию законодательства о рекламе.

Члены Экспертного совета оценили слоган «ДЕШЕВЛЕ, ЧЕМ СНЯТЬ!» в сопровождении изображения в данной рекламе, слоган и изображение привлекают внимание. Реклама на грани.

На официальном сайте Архангельского УФАС России проведен опрос общественного мнения по рассматриваемой тематике.

Результат опроса — 12 голосов дали положительный ответ, 1 голос — отрицательный.

Согласно п. 4 ст. 3 ФЗ «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Статьей 5 ФЗ «О рекламе» предусмотрено, что реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

С учетом изложенного, рассматриваемая реклама не соответствует требованиям ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем в силу п. 5 ст. 3 ФЗ «О рекламе» (*изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо*) рассматриваемой рекламы является СИХ «Аквилон Инвест».

В соответствии с ч. 8 ст. 38 ФЗ «О рекламе» рекламопроизводитель несет ответственность за нарушение требований, указанных в ч. 6 ст. 38 ФЗ «О рекламе», в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Рекламопроизводителем в силу п. 6 ст. 3 ФЗ «О рекламе» (*лицо, осуществляющее полностью или частично приведение информации в готовую для*

распространения в виде рекламы форму) рассматриваемой рекламы является СИХ «Аквилон Инвест».

Доказательств обратному СИХ «Аквилон Инвест» не представило.

В соответствии ч. 1 ст. 36 ФЗ «О рекламе» антимонопольный орган в пределах своих полномочий возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, принимает по результатам рассмотрения таких дел решения и выдает предписания, предусмотренные настоящим Федеральным законом.

На основании п. 44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508) при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу (лицам), обязанному (обязанным) устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

На момент вынесения настоящего решения рассматриваемая реклама была снята.

Таким образом, выдача предписания, по мнению Комиссии, нецелесообразна.

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

Исходя из ч. 1 ст. 4.5 КоАП РФ, постановление по делу об административном правонарушении за нарушение законодательства о рекламе не может быть вынесено по истечении одного года со дня совершения административного правонарушения.

Спорная реклама была размещена 13.07.2017.

Таким образом, срок давности привлечения к административной ответственности в настоящем случае истек.

Руководствуясь статьями 33, 36 ФЗ «О рекламе», пунктами 37 – 45, 48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508), Комиссия Архангельского УФАС России

## РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Квартира с отделкой всего за 9 900 рублей в месяц ДЕШЕВЛЕ, ЧЕМ СНЯТЬ!...», размещенную на конструкции в г. Архангельске, ненадлежащей, поскольку нарушены требования ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Признать СИХ «Аквилон Инвест» рекламодателем и рекламопроизводителем, нарушившим требования ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе».

3. СИХ «Аквилон Инвест» предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе не выдавать.

4. Материалы настоящего дела в отношении СИХ «Аквилон Инвест» не передавать уполномоченному должностному лицу Архангельского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

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

Подача заявления о признании недействительным решения, предписания антимонопольного органа не приостанавливает исполнение решения, предписания, если судом или арбитражным судом не будет вынесено определение о приостановлении исполнения решения, предписания.

Постановление антимонопольного органа о применении мер административной ответственности за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе может быть обжаловано, оспорено в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

**Председатель  
Комиссии:**

**Члены Комиссии:**

**Ю.Г.  
Цакулов**

**Н.М.  
Шестакова  
Т.В.**

