

Я, руководитель Забайкальского УФАС России, рассмотрев протокол об административном правонарушении от 15 июля 2015 года № 56/02-06, составленный главным специалистом-экспертом отдела антимонопольного контроля и рекламы Забайкальского УФАС России, о нарушении части 1 статьи 14.3. Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП), в отношении должностного лица – директора ООО «Версаль» <...>, по факту нарушения требований части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закона о рекламе).

## **УСТАНОВИЛ:**

### **Место совершения административного правонарушения: 672000, Забайкальский край, г. Чита.**

Дело об административном правонарушении рассматривается в отсутствие директора ООО «Версаль».

В соответствии с [частью 2 статьи 25.1](#) Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях дело об административном правонарушении рассматривается с участием лица, в отношении которого ведется производство по делу об административном правонарушении. В отсутствие указанного лица дело может быть рассмотрено лишь в случаях, предусмотренных [частью 3 статьи 28.6](#) настоящего Кодекса, либо если имеются данные о надлежащем извещении лица о месте и времени рассмотрения дела и если от лица не поступило ходатайство об отложении рассмотрения дела либо если такое ходатайство оставлено без удовлетворения.

Согласно пункту 24.1. Постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда РФ от 2 июня 2004 г. N 10 "О некоторых вопросах, возникших в судебной практике при рассмотрении дел об административных правонарушениях", надлежит иметь в виду, что не могут считаться не извещенными лица, отказавшиеся от получения направленных материалов или не явившиеся за их получением несмотря на почтовое извещение (при наличии соответствующих доказательств).

В материалах дела имеется доказательства надлежащего извещения директора ООО «Версаль» о дате, месте и времени рассмотрения дела № 56/02-06 (почтовое отправление № 67200288439164).

Основанием для привлечения к административной ответственности послужило нарушение ООО «Версаль» Закона о рекламе, установленное решением Комиссии Забайкальского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе от 16.04.2015 по делу № 49.

ООО «Версаль» было признано нарушившим требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

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.

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»».

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

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.

Слово "непристойный" в соответствии с Толковым словарем русского языка С.И. Ожегова означает "неприличный, бесстыдный". Слово "Бесстыдный" согласно вышеуказанному словарю означает "лишенный чувства стыда, противоречащий общественной морали, непристойный". "Неприличный" - противоречащий правилам приличия. "Приличие" - правило поведения, вежливость, благопристойность.

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, что оскорбляет принятые в обществе нормы сексуальной этики и табу.

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

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.

Анализ изображений, используемых в обозначенной рекламе позволяет отнести размещенную информацию к категории порнографической, т.к. в рассматриваемой рекламе, присутствует изображение сопоставимое с половым сношением между мужчиной и женщиной (соприкосновение мужчины и женщины, выражение лиц).

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.

В соответствии с письмом ФАС от 29 апреля 2013 г. N АД/17355/13 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.

Рассматриваемая реклама содержит образы полубогажженного мужчины и полубогаженной женщины, находящихся в соприкосновении.

Совокупность всех элементов зрительного воздействия на потребителя рекламы, используемых в рассматриваемой рекламе: откровенная поза женщины и мужчины, выражения лиц, степень обнаженности свидетельствует о том, что используемое в рекламе изображение является непристойным и оскорбительным.

В отношениях, возникающих в связи с рекламой товаров, услуг следует исходить из того, что реклама не должна противоречить нормам морали и нравственности, принятым в обществе. Соблюдение такого баланса обеспечивается существующим законодательным запретом на использование в любой рекламе непристойных образов. В рассматриваемом случае указанный запрет был нарушен .

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.

Так, 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.

Члены Экспертного совета пришли к мнению, что данная реклама отвечает всем признакам порнографической информации.

Таким образом, позиция Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Забайкальскому краю о несоответствии рассматриваемой рекламы требованиям [части 6 статьи 5](#) Закона о рекламе подтверждена членами Экспертного Совета.

Комиссия Забайкальского УФАС России, пришла к выводу, что указанная выше реклама нарушает традиционно сложившиеся в обществе нравственные нормы, так как в российском обществе не существует традиций демонстрации сексуальной жизни, кроме того, такая демонстрация является неприличной и оскорбительной, поскольку противоречит правилам приличия, нормам общественной морали и нравственности, умаляет достоинство женщины.

Таким образом, указанная выше реклама нарушает требования установленные частью 6 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.

В ходе подготовки к рассмотрению дела № 49 Забайкальским УФАС России был направлен запрос в Управление потребительского рынка администрации городского округа «Город Чита», по предоставлению информации об объекте потребительского рынка осуществляющего деятельность по адресу: г. Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А.

Управлением потребительского рынка была представлена информация, из которой следует, что по адресу г. Чита, ул. Н. Островского 15 А деятельность осуществляет ООО «Клуб» и ООО «Версаль».

ООО «Клуб» зарегистрирована деятельность по сдаче внаем собственного нежилого недвижимого имущества по адресу г. Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А .

ООО «Версаль» зарегистрированы два объекта потребительского рынка- бар, по

адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А. и клуб по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А (зрелищно-развлекательная деятельность).

Забайкальским УФАС России совместно с прокуратурой Центрального района , был осуществлен выезд с целью установления лица осуществляющего деятельность по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А., заявленному в рассматриваемой рекламе.

В ходе указанного выезда установлено, что деятельность по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А., под коммерческим обозначением «VIOLET, PRIVATE CLUB», осуществляет- ООО «Версаль»( ОГРН 1067536051615).

Кроме того, в ходе рассмотрения дела установлено, что изображение рассматриваемой рекламы полностью совпадает с изображением на вывеске у входа в приват –клуб «VIOLET», расположенной по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А.

Согласно разъяснениям, изложенным в пункте 16 [Информационного письма](#) Президиума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 25.12.1998 N 37 "Обзор практики рассмотрения споров, связанных с применением законодательства о рекламе" (далее - [Информационное письмо](#) N 37), информация, очевидно ассоциирующаяся у потребителя с определенным товаром, должна рассматриваться как реклама данного товара.

Оценив содержание рассматриваемой рекламы, размещенной на территории г. Читы, антимонопольным органом установлено, что она адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к услугам, оказываемым клубом «VIOLET», формирует и поддерживает интерес потребителей к ним, следовательно, является рекламой услуг Клуба «VIOLET», расположенного по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А.

Таким образом, в ходе рассмотрения дела № 49 установлено, что указанная выше реклама распространялась в интересах Клуба «VIOLET», расположенного по адресу г.Чита, Забайкальский край, ул. Н. Островского, 15 А, где свою деятельность осуществляет ООО «Версаль».

В ходе рассмотрения дела об административном правонарушении директором ООО «Версаль» Соболевым Д.А. представлен договор на оказание маркетинговых услуг от 23.06.2014. с ООО «Приват клуб «Вайлет»».

Из указанного договора следует, что ООО «Приват клуб «Вайлет»» (Исполнитель) обязуется оказывать ООО «Версаль» (Заказчику) маркетинговые услуги, в том числе производить разработку, размещение рекламных материалов с указанием наименования; осуществлять контроль за использованием наименования «PRIVATE CLUB «VIOLET»» , третьими лицами; обеспечить соответствие рекламных материалов размещенных на территории г. Чита, и содержащих наименование «PRIVATE CLUB «VIOLET»», требованиям действующего законодательства.

Услуги оказываемые ООО «Приват клуб «Вайлет»», в соответствии с указанным договором, направлены на привлечение внимания к услугам ООО «Версаль», и осуществляются в интересах ООО «Версаль».

Таким образом, рекламодателем является ООО «Версаль», действия ООО «Версаль» нарушают требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

**Ответственность за данное правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП).**

В соответствии с пунктом 1 статьи 2.1 КоАП, административным правонарушением признается противоправное, виновное действие (бездействие) физического или юридического лица, за которое настоящим Кодексом или законами субъектов Российской Федерации об административных правонарушениях установлена административная ответственность.

Объектом предусмотренных данной статьей административных правонарушений являются общественные отношения в области рекламы.

Объективная сторона вмененного правонарушения, предусмотренного [частью 1 статьи 14.3](#) КоАП РФ состоит, в нарушении обязательных требований [Федерального закона](#) о рекламе.

В соответствии с пунктом 3 статьи 2.1 КоАП, назначение административного наказания юридическому лицу не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение виновное физическое лицо, равно как и привлечение к административной ответственности физического лица не освобождает от административной ответственности за данное правонарушение юридическое лицо.

По информации представленной ООО «Версаль»- ответственным должностным лицом ООО «Версаль» за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе по делу №49 является директор ООО «Версаль» Соболев Д.А.

В соответствии с пунктом 1 статьи 2.2 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, административное правонарушение признается совершенным умышленно, если лицо, его совершившее, сознавало противоправный характер своего действия (бездействия), предвидело его вредные последствия и желало наступления таких последствий или сознательно их допускало либо относилось к ним безразлично.

Субъективная сторона выражается в виновном совершении административного правонарушения директором ООО «Версаль» Соболевым Д.А., так как у него имелась возможность для соблюдения законодательства о рекламе, но не были приняты все зависящие от него меры по его соблюдению.

Следовательно, должностное лицо– директор ООО «Версаль» Соболев Д.А. не принял все зависящие от него меры по соблюдению законодательства о рекламе и к нему должна быть применена ответственность, предусмотренная частью 1 статьи 14.3 КоАП.

Согласно части 1 статьи 14.3. КоАП нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем [законодательства](#) о рекламе, за исключением случаев, предусмотренных [частями 2 - 4](#) статьи 14.3, [статьями 14.37, 14.38, 19.31](#) КоАП 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.

Обстоятельств, смягчающих административную ответственность, в соответствии со ст. 4.2 КоАП РФ не имеется.

Обстоятельств, отягчающих административную ответственность, в соответствии со ст. 4.3 КоАП РФ не имеется.

На основании вышеизложенного, руководствуясь статьями 23.48, 29.9 КоАП,

### **ПОСТАНОВИЛ:**

Должностное лицо - директора ООО «Версаль» Соболева Д.А. (22.04.1973 г.р., г. Самара, место работы ул. Н. Островского, 15 А., оф. 304, г.Чита, Забайкальский край, 672010) признать нарушившим часть 1 статьи 14.3. КоАП.

Наложить на должностное лицо - директора ООО «Версаль» Соболева Д.А. административный штраф в размере 4 000 (четыре тысячи) рублей.

В соответствии с частью 3 статьи 30.1 и частью 1 статьи 30.3 КоАП постановление по делу об административном правонарушении может быть обжаловано в суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

Согласно пункту 1 статьи 31.1 КоАП 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.

В соответствии с частью 1 статьи 32.2 КоАП штраф должен быть уплачен не позднее 60 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу либо со дня истечения срока отсрочки или срока рассрочки, предусмотренных статьей 31.5 КоАП.

В соответствии с частью 5 статьи 3.5. КоАП сумма административного штрафа подлежит зачислению в бюджет в полном объеме в соответствии с законодательством РФ.

Должник – Соболева Д.А. уплачивает штраф взыскателю – Управление Федеральной антимонопольной службы по Забайкальскому краю.

### **Реквизиты счетов для перечисления штрафа:**

Получатель платежа: УФК по Забайкальскому краю (Забайкальское УФАС России л/сч.: 04911208180)

ИНН: 7536033755 / КПП: 753601001

Банк получателя: Отделение Чита г.Чита

Л/сч.: 04911208180

БИК: 047601001

Р/сч: 40101810200000010001

КБК: 161 1 16 26000 01 6000 140

ОКТМО: 76701000

Согласно части 1 статьи 20.25 КоАП неуплата административного штрафа в срок влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного штрафа.

Постановление о взыскании штрафа выдано \_\_\_\_\_

Срок предъявления постановления к исполнению \_\_\_\_\_

Постановление о наложении штрафа вступает в силу \_\_\_\_\_

**Руководитель управления**