

**РЕШЕНИЕ**  
**по делу № 49-Р-2017**

13 декабря 2017 г.

г. Чебоксары

Резолютивная часть решения оглашена 30.11.2017

Решение в полном объеме изготовлено 13.12.2017

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее - Комиссия) в составе:

Председатель Комиссии:

«...»

Члены Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 49-Р-2017, возбужденное в отношении ООО "Тандем" по признакам нарушения ч.6 ст.5 Закона о рекламе,

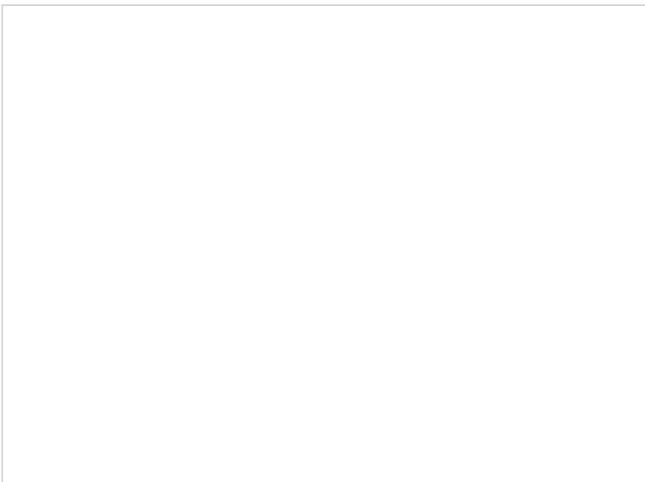
в присутствии лиц, участвующих в деле:

- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения Закона о рекламе - генерального директора ООО "Тандем – «...»

заявителя - гражданина «...»

УСТАНОВИЛА:

17.10.2017 (вх. № 04-21/7051) в Чувашское УФАС России поступило перенаправленное из прокуратуры Чувашской Республики заявление гражданина «...» (далее - Заявитель) и 30.11.2017 (вх. № 04-21/7314) непосредственно от самого Заявителя с претензией к рекламе, являющейся, по мнению Заявителя, неэтичной, содержащей непристойный и оскорбительный образ женского тела в нижнем белье и в вызывающей позе.



Согласно представленным обращениям и фотоматериалу следует, что указанная реклама распространяется в месте нахождения заведения, имеющего название "PRIVATE CLUB" по адресу г.Чебоксары, ул. К.Маркса, 52 б, и содержит, в том числе, следующий текст: "PRIVATE CLUB Испытай чувственное наслаждение в клубе для настоящих мужчин Яркие шоу - программы унесут Вас в мир грез 38-00-48".

При этом непристойная реклама находится в поле зрения потребителей, в том числе, имеющих несовершеннолетний возраст, поскольку рассматриваемое рекламное изображение имеет место размещения в 10 метрах от камерного театра, в 50 метрах от расположения скалолазного центра "Кошка" и студии танцев "Ритм".

В связи с чем, Заявитель просит дать правовую оценку представленного им изображения в соответствии с требованиями части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Изучив представленную информацию, установлено.

В силу пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе, реклама – это 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.

Все, предусмотренные статьей 3 Закона о рекламе, признаки рекламы содержатся в представленной Заявителем информации.

Таим образом, рассматриваемая информация соответствует определению понятия рекламы, установленному пунктом 1 статьи 3 Закона о рекламе.

Из жалобы следует, что рассматриваемая реклама размещается в месте нахождения заведения, имеющего название "PRIVATE CLUB", по адресу г.Чебоксары, ул. К.Маркса, 52 б.

Из информации, представленной ООО "Деловой Центр"( г.Чебоксары, ул. К.Маркса, 52 б) установлено, что арендатором помещения под ночной клуб, расположенного на 1 этаже здания по вышеуказанному адресу, является ООО "Тандем" (ИНН 2130110390).

По сведениям Единого государственного реестра юридических лиц, находящихся в открытом доступе на официальном сайте Федеральной налоговой службы (<https://egrul.nalog.ru>), по заданным критериям поиска юридических лиц (ИНН 2130110390) установлена организация - ООО "Тандем" (адрес регистрации: г.Чебоксары, ул. Композитров Воробьевых, д.5а).

Согласно выписке ЕГРЮЛ ИФНС России, ООО "Тандем" (дата регистрации 29.10.2012) основным видом своей деятельности (код 93.2) имеет деятельность в области отдыха и развлечений.

Из представленных в заседании Комиссии ООО «Тандем» пояснений, в том числе в письменном виде (вх. от 29.11.2017 № 04-10/7950), следует.

Спорная реклама изготовлена и размещена на рассматриваемом объекте в 2013 году. При этом, распространение ее осуществлялось в единственном месте - на наружной стене помещения клуба, имеющего название "PRIVATE CLUB", расположенного по адресу г.Чебоксары, ул. К.Маркса, 52 б.

Вместе с тем, учитывая, что содержание и изображение спорной рекламы имело место обращения в антимонопольный орган и, как следствие, явилось предметом разбирательства антимонопольного органа, распространение спорной рекламы прекращено путем ее замены с 29.11.2017.

**Оценив и проанализировав представленные в заседании Комиссии материалы и заявленные доводы сторон, Комиссия приходит к следующему.**

Общие требования к рекламе определены статьей 5 Закона о рекламе.

При этом, в силу требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе установлено, что 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.

Из представленного Заявителем фотоматериала усматривается, что графическая часть рекламы состоит в изображении полубнаженной девушки, в позе лежа, часть тела которой, сверху до середины, прикрыта одеянием. При этом часть тела (ягодицы) демонстрируется в нагом виде. В середине баннера и справа его части усматривается надпись: "PRIVATE CLUB Испытай чувственное наслаждение в клубе для настоящих мужчин". Рассматриваемая реклама имеет место привязки изображения к объекту рекламирования, поскольку размещена на рекламном баннере в месте нахождения заведения "PRIVATE CLUB", деятельность которого состоит в оказании услуг в сфере зрелищно - развлекательного отдыха, и таким образом реклама концентрирует внимание ее потребителей к объекту рекламирования - деятельности заведения "PRIVATE CLUB".

В то же время, при решении вопроса соответствия рекламы общепринятым нормам морали и нравственности, такую рекламу следует оценивать в совокупности различных обстоятельств ее размещения, в том числе местом ее расположения, например, с учетом близости учреждений, предназначенных для несовершеннолетнего возраста.

В данном случае, необходимо учитывать, что спорная реклама публично размещена, при этом вблизи от расположения детских учреждений: камерного театра, скалолазного центра "Кошка" и студии танцев "Ритм".

Таким образом, признавая совокупность всех вышеуказанных элементов рассматриваемой рекламы: зрительного воздействия на потребителя - степень обнаженности девушки, размещения в общественном и доступном для всеобщего обозрения месте, в том числе и несовершеннолетних, можно сделать вывод, что спорная реклама имеет признаки нарушения ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

При этом, из разъяснения ФАС России (письмо от 29.04. 2013 N АД/17355/13 "О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ "О рекламе") следует, что вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. 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. 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 этой связи ФАС России рекомендует территориальным органам ФАС России создать Экспертные советы, на заседаниях которых может быть дана оценка этичности рекламы с учетом восприятия информации, которое характерно для жителей конкретного субъекта Российской Федерации.

Таким образом, в целях определения восприятия рассматриваемой рекламы непосредственно потребителями и оценки тех ассоциаций, которые она вызывает обсуждение данной рекламы включено 16.11.2017 в повестку заседания Экспертного Совета по применению законодательства о рекламе, образованном при Чувашском УФАС России.

Повестка заседания была сформирована следующим образом: Ассоциируется ли у потребителей рекламы рассматриваемое изображение с непристойным и оскорбительным образом, являющегося нарушением общепринятых норм и принципов поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности, установленных требованиями части 6 статьи 5 Закона о рекламе? Согласно результатам высказанных мнений, члены Совета пришли к единому мнению относительно того, что рассматриваемая реклама затрагивает общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности, следовательно, не соответствует требованиям, установленным частью 6 статьи 5 Закона о рекламе.

При этом члены Совета обратили внимание на недопустимость размещения подобного рода рекламы, содержащей непристойный образ обнаженных интимных частей женского тела, для всеобщего обозрения месте, в т. ч. потребителей рекламы, чьи жизненные ценности еще не сформированы - несовершеннолетних, поскольку ее размещение находится в непосредственной близости от объектов культурного досуга детей.

При квалификации нарушений части 6 статьи 5 Закона о рекламе антимонопольные органы особое внимание уделяют оценкам Экспертного Совета, решения которых учитываются при рассмотрении дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе.

В данном случае наличие признаков нарушения ч. 6 ст.5 Закона о рекламе в рассматриваемой рекламе явилось для членов Экспертного Совета очевидным.

В этой связи мнения членов Экспертного Совета подтвердили довод, указанный в обращении Заявителя.

Оценивая спорную рекламу, Комиссия исходила из требований норм [части 6 статьи 5](#) Закона о рекламе, официальных разъяснений ФАС России, а также мнения членов Экспертного Совета, потребителей рекламы, их

восприятия и оценке тех ассоциаций, которые вызывает данная реклама.

Ответственность за нарушение требований, установленных ч.6 ст.5 Закон о рекламе несет рекламодаделец ([ч. 6 ст. 38](#) Закона о рекламе).

В смысле [ст. 3 Закона](#) о рекламе, рекламодаделец - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно полученным материалам и документам, установлено, что рекламодателем рассматриваемой спорной рекламы является ООО "Тандем".

На этом основании, ответственность за выявленное нарушение требований, установленных ч.6 ст.5 Закон о рекламе несет ООО "Тандем".

При этом, в заседании Комиссии установлено, что, на момент рассмотрения дела, размещение сорной рекламы ООО "Тандем" прекращено путем изменения ее изображения.

В доказательство изложенного, ООО "Тандем" представлен в Комиссию фотоматериал рекламы, размещаемой в настоящее время.

В результате изучения представленного фотоматериала Комиссией установлено, что в рекламе, содержащей образ девушки, в позе лежа, который имеет место быть в связи с привязкой к объекту рекламирования, признаков непристойного изображения не усматривается.

Таким образом, в рамках дела определено, что на момент рассмотрения дела, вменяемое обществу нарушение требований Закона о рекламе устранено.

Согласно пункту 1 части 2 статьи 33 Закона рекламе антимонопольный орган осуществляет в пределах своих полномочий государственный контроль за соблюдением законодательства Российской Федерации о рекламе, в том числе, вправе выдавать рекламодателям, рекламопроизводителям, рекламораспространителям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Учитывая, что выявленные обстоятельства нарушения Закона о рекламе в настоящее время устранены путем не распространения ненадлежащей рекламы, Комиссия приходит к выводу об отсутствии необходимости выдачи ООО "Тандем" предписания о прекращении нарушения Закона о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Закона о рекламе и в соответствии с пунктами 37 - 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения Закона

о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать рассматриваемую рекламу, содержащую непристойный образ женского тела в нижнем белье и в вызывающей позе, размещаемую в период с 2013 года по 29.11.2017 по адресу г.Чебоксары ул. К.Маркса, 52 б, ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования ч.6 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Признать ООО "Тандем" нарушившим ч.6 ст. 5 Закона о рекламе.

3. В связи с отсутствием распространения ненадлежащей рекламы на момент рассмотрения дела, предписание о прекращении нарушения Закона о рекламе ООО "Тандем" не выдавать.

4. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Чувашской Республики-Чувашии в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»