

РЕШЕНИЕ

по делу № 08-04/14-03

20 февраля 2014 года

г. Мурманск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее – Комиссия), рассмотрев материалы дела № 08-04/14-03 по признакам нарушения Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 № 38-ФЗ (далее - Закон о рекламе) по факту размещения на улице ул. Аскольдовцев, 28, г. Мурманска рекламы мероприятия «Пятница развратница» проводимого в кафе «Нарумоно», в присутствии представителя лица, в действиях которого усматриваются признаки нарушения законодательства о рекламе – ООО «Поляна» (ИНН 5190162172, 183040, г. Мурманск, ул. Аскольдовцев, 28), по доверенности № 51 АА 0330908 от 14.11.2013;

в отсутствии заявителя - (уведомлена надлежащим образом).

УСТАНОВИЛА:

Комитет градостроительства и территориального развития администрации города Мурманска 25.12.2013 года направил в адрес Управления Федеральной антимонопольной службы по Мурманской области заявление гражданки <...>, о распространении рекламы призывающей посетить мероприятие, проводимое в кафе «Нарумоно». Из обращения следует, что 06 декабря 2013 года гражданка <...> посетила магазин «Северторг» по адресу: ул. Аскольдовцев, 28, г. Мурманск, имеющий общий вход с кафе «Нарумоно», где увидела размещенную на входной двери и стенах рекламу следующего содержания: «НАРУМОНО приглашает ПЯТНИЦА РАЗВРАТНИЦА начало в 22.00 заказ столов и подробная информация у администратора по телефону 54-32-10». Данный текст был размещен на фоне изображения женских ног, на уровне колен изображено приспущенное нижнее белье (лист с изображением формата А4 приложен к заявлению). Вышеуказанная информация, по мнению гражданки <...> содержит непристойные и оскорбительные образы, чем оскорбляет ее нравственные чувства. Так же гражданка обращает внимание на то, что непристойную рекламу видит подрастающее поколение, в том числе ее шестнадцатилетний сын.

В соответствии со статьей 3 закона «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;

ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Согласно части 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.

Рассматриваемая информация соответствует определению понятия «реклама», является публичной, направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц к объектам рекламирования, которыми являются: кафе «Нарумоно», а также мероприятие «Пятница-развратница», проводимое в указанном заведении. Использование в рекламе словосочетания «Пятница развратница» (согласно толковому словарю Ожегова: разврат - половая распущенность, впасть в разврат - испорченность нравов, низкий моральный уровень поведения, отношений) побуждает к непристойному поведению и является оскорбительным для нравственно ориентированных членов общества.

С целью установления восприятия населением рекламы мероприятия «Пятница развратница» в кафе «Нарумоно» Мурманское УФАС России провело опрос граждан на своем официальном сайте: содержит ли непристойные и оскорбительные образы вышеуказанная реклама? Всего проголосовало 185 человек из них 98 голосов (53%) ответили «ДА», 87 голосов (47%) ответили «НЕТ», т.е. большая часть голосовавших считает, что реклама содержит оскорбительные и непристойные образы. Чем нарушает такие нормы этики, как благопристойность, нравственность и содержит непристойный и оскорбительный образ, нарушающий общепринятые модели и принципы поведения в обществе.

Правовое регулирование рекламной деятельности представляет собой совокупность правовых норм, регулирующих отношения в сфере производства и распространения рекламы. В 1995 году основан Общественный совет по рекламе, который в 2000 году преобразован в Рекламный совет России – орган саморегулирования рекламной деятельности. Саморегулируемой организацией в сфере рекламы признается объединение рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей и иных лиц, созданное в форме ассоциации, союза или некоммерческого партнерства в целях представительства и защиты интересов своих членов, выработки требований соблюдения этических норм в рекламе и обеспечения контроля за их выполнением.

В 2000 г. членами Совета разработан и введен в действие Российский рекламный кодекс. В его основу положены нормы Международного кодекса рекламной деятельности Международной торговой палаты. Исходя из понятий и норм, заложенных в Российском рекламном кодексе, Международном кодексе рекламной деятельности, любая реклама должна быть законной, пристойной, корректной и достоверной. Современная реклама должна разрабатываться с

чувством ответственности перед обществом и должна соответствовать принципам добросовестной конкуренции, общепринятым в коммерческой деятельности. Никакая реклама не должна оказывать отрицательное влияние на доверие общественности к рекламной деятельности.

Термин «этичность рекламы» трактуется как соответствие формы и содержания рекламной информации, условий, порядка, времени и способов ее распространения правилам этики, т.е. совокупности норм поведения, традиций и моральных принципов, сложившихся в обществе.

Непристойность – все шокирующее, явно ранящее и открыто оскорбляющее скромного и воспитанного человека. Это могут быть жесты, слова и выражения, поступки, одежда или ее отсутствие, изображения и предметы. Понятие непристойности, граница между пристойностью и непристойностью – характеристики, тесно связанные с вопросами нравственности, этики и сложившегося в обществе этикета.

Пункт 16 постановления Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 8 октября 2012 г. N 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами федерального закона о рекламе» разъясняет следующее:

- использование 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.

Комиссия изучила представленные материалы и заслушала представителя ООО «Поляна» Шабельскую Ирину Владимировну.

Согласно представленным учредительным документам ООО «Поляна» (ИНН 5190162172, ОГРН 1075190001260, свидетельство о государственной регистрации 51001441872 от 31.01.2007 года, адрес: 183040, г. Мурманск, ул. Аскольдовцев, 28) является юридическим лицом, которое создано в целях получения прибыли в интересах участников и осуществляет на основании устава следующие виды деятельности:

- услуги общественного питания;

- организация отдыха и развлечений

<...> является должностным лицом ООО «Поляна» приказом №81-к от 05.09.2013 года назначена на должность управляющего кафе «Нарумоно».

<...> поясняет следующее, помещение кафе «Нарумоно» арендуется у ИП Кимбен организацией ООО «Поляна» и расположено по адресу: 183040, г. Мурманск, ул. Аскольдовцев, 28. По указанному адресу также размещен магазин «Северторг», который имеет единый вход с кафе «Нарумоно». Соответственно, размещенная на двери входа реклама доступна не только посетителям кафе, но и покупателям магазина и прохожим. За день до мероприятия «Пятница развратница», т.е.

05.12.2013 года управляющий кафе по собственной инициативе изготовила (текст, изображение) и разместила вышеуказанную рекламу на входной двери и стенде для объявлений внутри арендуемого помещения с целью привлечения посетителей в кафе. Она признает, что нарушила рекламное законодательство. И просит учесть, что сделала это по незнанию, без злого умысла. Согласно представленным документам кафе «Нарумоно» является структурным подразделением ООО «Поляна».

Комиссия, изучив мнение участников опроса, заслушав пояснения представителя ООО «Поляна» и рассмотрев совокупность всех элементов зрительного воздействия рекламы на потребителя: поза девушки, степень обнаженности, увязка образов в рекламе с объектом рекламирования, совокупность изображения и словосочетания, признала, что рассматриваемая реклама нарушает часть 6 статьи 5 закона «О рекламе» и является ненадлежащей.

За нарушение требований [части 6 статьи 5](#) закона «О рекламе» ответственность несет рекламодатель.

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

05.12.2013 управляющий кафе изготовила (текст, изображение) и разместила рекламу на двери общего входа в магазин и кафе «Нарумоно» по адресу: 183040, г. Мурманск, ул. Аскольдовцев, 28, тем самым нарушив рекламное законодательство.

Рекламодателем, рекламопроизводителем, рекламораспространителем является должностное лицо ООО «Поляна» управляющий кафе «Нарумоно».

В соответствии с частью 4 статьи 38 закона «О рекламе», нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37 – 42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1.Признать ненадлежащей рекламу мероприятия «Пятница развратница» в кафе «Нарумоно», размещенную на ул. Аскольдовцев, 28, г. Мурманска, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 закона «О рекламе».

2.Признать рекламодателем, рекламопроизводителем, рекламораспространителем должностное лицо ООО «Поляна» управляющего кафе «Нарумоно» <...>

3.Передать материалы дела должностному лицу Управления Федеральной

антимонопольной службы по Мурманской области для рассмотрения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении должностного лица ООО «Поляна» управляющего кафе <...>.

Резолютивная часть решения была объявлена 20.02.2014 года.

Решение изготовлено в полном объеме 26.02.2014 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.