



УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

о прекращении производства по делу №62

20 декабря 2016 г.

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел о нарушении рекламного законодательства (утв. Приказом от 19.08.2016 №285, в ред. от 23.09.2016 № 320) в составе:

<...> – заместитель руководителя управления, председатель комиссии,
<...> – начальник отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией, член комиссии,
<...> – заместитель начальника отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией, член комиссии,
при участии лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

- ООО «Инвестторгстрой» (ИНН 6661104190, ул. Инженерная, 19-6, г. Екатеринбург, 620000, дата присвоения ОГРН 11.09.2002) <...> (доверенность б/н от 14.11.2016),

- ООО «Управляющая компания ИТС – Групп» (ИНН 6679000266 (620014 г. Екатеринбург, ул. 8 марта, 46, оф. 10, далее – ООО «УК ИТС-Групп») <...> (доверенность б/н от 14.11.2016);

- ООО «ГринМаркет» (ИНН 6674361269, 620085, г. Екатеринбург, ул. Титова, д.17, корп. «в», пом.23) <...> (доверенность б/н от 19.12.2016),

- ООО «ИнЦентр» (ОГРН 1126684004391, ИНН 6684003907, адрес: 623100, Свердловская область, г. Первоуральск, ул. Ленина, 23-15) <...> (доверенность б/н от 14.11.2016),

в отсутствии:

- заявителя – физического лица,
- лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - ООО «Клевер» (ИНН 6673230390, 620057, г. Екатеринбург, ул. Фрезеровщиков, 38-33, дата регистрации в качестве юридического лица – 15.02.2011),

рассмотрев в рамках Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (утв. Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее – Правила рассмотрения дел), дело № 62, возбужденное по признакам нарушения п. 1 ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

Дело № 62 по признакам нарушения рекламного законодательства возбуждено

Определением от 22.06.2016 (исх.№7246 от 23.06.2016) в отношении ООО «Инвестторгстрой» по заявлению физического лица с жалобой на ненадлежащий характер рекламы, размещенной в подземном паркинге Торгового центра «Гринвич» (далее – ТРЦ «Гринвич»).

Рассмотрение дела назначено на 21.07.2016. Определением от 21.07.2016 (исх.№8696 от 22.07.2016) рассмотрение дела было отложено на 25.08.2016 в связи с необходимостью привлечения к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ООО «УК ИТС – Групп». 25.08.2016 в рассмотрении дела объявлен перерыв до 30.08.2016. Определением от 30.08.2016 рассмотрение дела было вновь отложено - на 20.10.2016 - в связи с необходимостью привлечения к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ООО «ГринМаркет». Определением от 20.10.2016 (исх.№13833 от 26.10.2016) рассмотрение дела было отложено на 22.11.2016 в связи с необходимостью привлечения к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ООО «ИнЦентр». Определением от 22.11.2016 (исх.№16201 от 12.12.2016) рассмотрение дела было отложено на 20.12.2016 в связи с необходимостью привлечения к участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, ООО «Клевер».

При рассмотрении дела 20.12.2016 установлено следующее:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области поступило заявление физического лица (вх. № 01-6065 от 21.04.2016) о распространении 09.04.2016 в подземном паркинге Торгового центра «Гринвич» рекламы спа-салона «Тропики» (ул. Радищева, 31), которая содержит изображение банана в женской руке, что, по мнению заявителя, ассоциируется у потребителей рекламы с мужским половым органом и непристойными действиями, т.е. указанная реклама является рекламой сексуальных услуг, что нарушает требования ФЗ «О рекламе».

Заявителем, также отмечено, что он не смог объяснить своему ребенку, какой товар (услуга) рекламируется. Следовательно, рассматриваемая реклама способна ввести в заблуждение.

Рассматривая поступившее заявление, антимонопольный орган запросил в УМВД России по г. Екатеринбург имеющиеся материалы проверок массажного салона «Тропики», расположенного по адресу г. Екатеринбург, ул. Радищева, 31, (ранее по указанному адресу осуществлял деятельность массажный салон «Африка»).

УМВД России по г. Екатеринбург предоставило в антимонопольный орган копию Постановления от 16.07.2015 № 5-268/2015, вынесенного Мировым судьей судебного участка № 5 Ленинского судебного района г. Екатеринбурга <...>, по делу об административном правонарушении в отношении <...>, признанной виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного ст. 6.11 Кодекса об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), по факту оказания 17.06.2015 в 17:00 по адресу: г. Екатеринбург, ул. Радищева, 31 в массажном салоне «Африка» интимных услуг за денежное вознаграждение.

Статья 6.11 КоАП РФ предусматривает административную ответственность за

занятие проституцией.

Деяния, направленные на организацию занятия проституцией другими лицами, а равно содержание притонов для занятия проституцией или систематическое предоставление помещений для занятия проституцией наказываются штрафом в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до трех лет, либо принудительными работами на срок до пяти лет, либо лишением свободы на тот же срок (ч. 1 ст. 241 УК РФ).

В силу п. 1 ст. 7 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации.

Согласно п. 3 ст. 3 ФЗ «О рекламе», товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ст. 7 ФЗ «О рекламе» несет как рекламоделец, так и рекламодатель.

При этом в ст. 3 ФЗ «О рекламе», под рекламоделем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5), а под рекламодателем – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств (п. 7).

ООО «Инвестторгстрой» в письменных пояснениях (вх. № 01-11412 от 20.07.2016) сообщило, что рекламное изображение спа-салона «Тропики» (далее – баннер) размещалось в подземном паркинге ТРЦ «Гринвич», въезд с ул. Радищева г. Екатеринбурга, в объекте недвижимости «третья очередь ТРЦ «Гринвич», который передан в доверительное управление ООО «УК ИТС-Групп».

ООО «УК ИТС-Групп» в письменных пояснениях (вх. № 01-03393 от 23.08.2016) сообщило, что между ООО «УК ИТС-Групп» и ООО «ГринМаркет» заключен договор, согласно которому ООО «УК ИТС-Групп» возмездно передает для использования части здания, располагаемые в третьей очереди ТРЦ «Гринвич», для размещения рекламы. Договор на 2016 год является действующим, порядок расчетов по договору предусматривает перечисление на счет ООО «УК ИТС - Групп» один раз в год (не позднее 01 марта года, следующего за оплачиваемым) платы в размере 3% от суммы денежных средств, полученных ООО «ГринМаркет» от рекламодателей за размещение рекламы. Отчетность по договору составляют справка об обороте, сообщающая о денежных средствах, поступивших в кассу и на расчетный счет ООО «ГринМаркет» от рекламодателей, сведения о заключенных в оплачиваемом году договорах с рекламодателями, бухгалтерская отчетность. В конце 2016 – начале 2017 будет произведен расчет за 2016 год. Сведения о заключенных договорах с рекламодателями оформлены в виде реестра, в котором содержится информация о самих договорах, контрагентах, уплаченных суммах.

По утверждению ООО «УК ИТС-Групп», предоставление информации о договорах, заключенных ООО «ГринМаркет» с рекламодателями в 2016 году, ранее, чем наступит 2017 г., не представляется возможным.

Кроме того, ООО «УК ИТС-Групп» отметило, что в качестве основания для привлечения к ответственности в Определении о возбуждении рассмотрения дела №

62 указано нарушение п. 1 ст. 7 ФЗ «О рекламе», согласно которого, не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации. Однако настоящее дело возбуждено по заявлению физического лица, в котором указано, что реклама спа-салона «Тропики» с изображением банана в женской руке, ассоциируется у заявителя с мужским половым органом и непристойными действиями. То есть, по мнению заявителя, в рекламе используется непристойный образ.

Учитывая данные обстоятельства, ООО «УК ИТС-Групп» не согласно с квалификацией нарушения, и по его мнению, рассматриваемую рекламу следует проверить на наличие признаков нарушения ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе», которая запрещает использование в рекламе 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.

ООО «УК ИТС-Групп» считает, что не может являться лицом, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе, в связи с тем, что не является рекламодателем спорной рекламы спа-салона «Тропики».

По мнению ООО «УК ИТС-Групп», рекламодателем следует признать ООО «ГринМаркет».

В письменных пояснениях (вх.№01-18337 от 15.11.2016), а также в ходе заседания комиссии ООО «УК ИТС-Групп» указало, что реклама спа-салона «Тропики» также не содержит в себе признаков нарушения ч.7 ст. 5 ФЗ «О рекламе», поскольку объектом рекламирования спорной рекламы является спа-салон «Тропики», при этом реклама содержала логотип, адрес местонахождения организации, телефон, указание на сферу деятельности (спа-услуги). Указанная информация, по мнению ООО «УК ИТС-Групп», является достаточной для восприятия потребителями данной рекламы как рекламы непосредственно спа-салона «Тропики», поскольку законом не установлен перечень существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования. Кроме того, указывает Общество, квалификация рекламы, как вводящая в заблуждение, с позиции взглядов одного человека, носит субъективной характер и не может быть положена в основу принятия решения о содержании рекламы.

ООО «ГринМаркет» в письменном объяснении (вх. № 01-16841 от 20.10.2016) указало, что между ООО «УК ИТС- Групп» и ООО «ГринМаркет» заключен Договор о возмездном использовании от 30.12.2013, в соответствии с которым, ООО «ГринМаркет» за плату использует часть здания (3 очередь ТРЦ «Гринвич» и прилегающие территории) для размещения рекламы.

Действуя в рамках указанного договора, ООО «ГринМаркет» (исполнитель) заключило с ООО «ИнЦентр» (заказчик) Договор от 01.01.2016 № 09/2016 об оказании рекламных услуг (копия представлена в материалы дела), в соответствии с которым, Исполнитель принял на себя обязательство предоставить Заказчику

рекламные услуги по размещению рекламного изображения Заказчика на рекламных местах Исполнителя и/либо предоставить Заказчику возможность проведения промо – акции на территории ТРЦ «Гринвич». Рекламные места и период размещения рекламных изображений заказчика согласовываются сторонами в соответствующих приложениях к договору.

ООО «ГринМаркет» и ООО «ИнЦентр» 01.04.2016 заключили Приложение № 7 к Договору от 01.01.2016 № 09/2016, в соответствии с которым, ООО «ГринМаркет» приняло на себя обязательство оказать ООО «ИнЦентр» услугу по размещению рекламного изображения заказчика (клиент: Тропики).

ООО «ГринМаркет» утверждает, что размещало рекламу спа-салона «Тропики» по договору не напрямую с рекламодателем рекламы, а с рекламным агентством, и, соответственно, сведениями о непосредственном рекламодателе, а также лице, определившем содержание спорной рекламы, не располагает.

Вместе с тем, ООО «ГринМаркет» считает выводы антимонопольного органа о рассматриваемой рекламе спа-салона «Тропики» необоснованными по следующим основаниям:

- объектом рекламирования является спа-салон «Тропики», а не сексуальные услуги, так как в рекламе указаны средства индивидуализации спа-салона (наименование, адрес, контактный телефон, логотип);

- выводы о рекламе спа-салона «Тропики», как о рекламе сексуальных услуг, были сделаны на основании Постановления № 5-268/2015 по делу об административном правонарушении, вынесенном в отношении <...>, однако, как считает ООО «ГринМаркет», к рассматриваемому делу это не имеет отношения, потому как факт оказания сексуальных услуг установлен на территории салона «Африка», а не рекламируемого спа-салона «Тропики»;

- Постановление № 5-268/2015 вынесено в отношении лица, не имеющего какой-либо связи с рекламируемым спа-салонам «Тропики». Более того, указанное Постановление вынесено в период, предшествующий размещению «спорной» рекламы.

В письменных пояснениях (вх.№01-18338 от 15.11.2016), а также в ходе заседания комиссии ООО «ГринМаркет» указало, что реклама спа-салона «Тропики» также не содержит в себе признаков нарушения ч.7. ст. 5 ФЗ «О рекламе», поскольку, исходя из буквального толкования понятия «реклама», можно сделать вывод о том, что рекламодатель вправе выбрать любую форму, способ и средства рекламирования своего товара, однако при этом должен соблюдать обязательные требования, предъявляемые Законом к соответствующей рекламе.

Кроме того, ФЗ «О рекламе» и иное законодательство РФ не предусматривает обязательного перечня существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования.

В свою очередь, объектом рекламирования спорной рекламы, размещаемой на территории подземного паркинга 3 (третьей) очереди ТРЦ «Гринвич» является спа-салон «Тропики» (средства индивидуализации юридического лица). По мнению ООО «ГринМаркет», вышеуказанная реклама спа-салона содержала всю существенную информацию (логотип, адрес местонахождения организации, телефон, сфера деятельности (спа-услуги), необходимую для верного восприятия потребителями данной рекламы как рекламы непосредственно спа-салона

«Тропики».

Также, исходя их смысла п.1 ст. 3 ФЗ «О рекламе», реклама - это информация, которая адресуется неопределенному кругу лиц, поэтому, по мнению ООО «ГринМаркет», восприятие одного конкретного потребителя не может быть положено в основу квалификации рекламы как вводящей в заблуждение и 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). Для объективной оценки реакции потребителей на рекламу спа-салона «Тропики» необходимы сведения о восприятии информации, указанной в содержании рекламы от значительного числа потребителей. Между тем, указывает Общество, никакие опросы на эту тему не проводились.

ООО «ИнЦентр» в письменных пояснениях (вх.№01-18527 от 17.11.2016), а также представитель в ходе заседания комиссии указали, что 01 января 2016 г. между ООО «ИнЦентр» (далее - Исполнитель) и ООО «Клевер» (далее - Заказчик) заключен договор на оказания рекламных услуг. По условиям Договора Исполнитель принимал на себя обязательства по размещению рекламного изображения спа-салона «Тропики» на Рекламных местах Исполнителя.

Исходя из содержания рекламы спа-салона «Тропики», антимонопольный орган устанавливает нарушения, предусмотренные п. 1 ст. 7 и ч. 7. ст. 5 ФЗ «О рекламе». С настоящими выводами ООО «ИнЦентр» несогласно по следующим основаниям:

Согласно п. 1 ст. 7 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации.

По мнению заявителя, изображение банана в руке девушки ассоциируется с мужским половым органом. Действительно, изображение банана можно отнести к фаллическому символу. Так, Оксфордский толковый словарь по психологии раскрывает данное определение как что-либо, что может интерпретироваться с психоаналитической точки зрения как символическое представление фаллоса. Большинство авторов ограничивает этот класс объектов вытянутыми или стоящими предметами, но часто это показывает недостаточную изобретательность интерпретатора.

Большая энциклопедия по психологии дает свое понимание фаллического символа в психоанализе - символическое представление фаллоса, чаще всего это класс вытянутых или стоящих объектов.

История фаллической культуры весьма обширна и уходит корнями в далекое прошлое. По мнению ООО «ИнЦентр», признавать изображение фаллических предметов в качестве недопустимой рекламы равносильно запрету изображения Храмов, Эйфелевой башни, изображения гор и прочих предметов, которые могут вызывать ассоциацию с мужским половым органом.

ООО «ИнЦентр» полагает, что изображение банана использовалось Заказчиком в качестве фрукта тропического происхождения, подчеркивающего название «Тропики». Помимо изображения банана в рекламе присутствует изображение пальмы, что очередной раз указывает на связь этих предметов к названию спа-

салона «Тропики».

Помимо прочего, наличие факта оказания в массажном салоне «Африка» интимных услуг за денежное вознаграждение и привлечение физического лица к административной ответственности по ст. 6.11 КоАП РФ не имеет отношения к рассматриваемому делу, поскольку расположение спа-салона «Тропики» и массажного салона «Африка» по одному адресу не дает возможности идентифицировать их как одну организацию, документального подтверждения, что у данных салонов один собственник, не предоставлено.

Положение нормы ст. 6.11. КоАП РФ предусматривают субъектом правонарушения физического лица, непосредственно сам салон к административной ответственности за предоставление интимных услуг не привлекался.

По мнению ООО «ИнЦентр», недостойные действия физического лица и содержание рекламы спа-салона не являются образующими звеньями причинно-следственной связи, чтобы увидеть в этом нарушения п. 1. ст. 7 ФЗ «О рекламе».

Согласно ч. 7 ст. 5 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Согласно п. 2. ст. 3 ФЗ «О рекламе» объект рекламирования - это 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.

Пункт 3 ст. 3 ФЗ «О рекламе» содержит определение товара, согласно которому товар - это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

ООО «ИнЦентр» полагает, что объектом рекламирования выступает СПА-салон. В настоящее время в сфере услуг определение «СПА» вошло в обиход и воспринимается потребителем в качестве услуг, связанных с водой.

Существует версия происхождения этого слова SPA - аббревиатура от латинского Sanus per Aquam или Sanitas pro Aqua, что в переводе с латыни означает «здоровье с помощью воды» или «здоровье через воду».

Так, объектом рекламируемого товара является - СПА-салон. Условия приобретения или использования данного товара (услуги) потребитель мог узнать на сайте рекламодателя, позвонив по номеру телефона или обратившись непосредственно в сам салон.

Также ООО «ИнЦентр» сообщило, что на момент заключения Договора с Заказчиком директор ООО «ИнЦентр» - <...> находилась в состоянии беременности, с 10 февраля 2016 г. по 28 июня 2016 г. - в отпуске по беременности. В указанный период <...> практически не участвовала в деятельности компании. Заключение договоров, согласованием макетов, размещением макетов клиентов занимались менеджеры. С лица, ответственного за размещение рекламы спа-салона «Тропики» - оперативного директора ООО «ИнЦентр»<...>, запрошены объяснения, из которых следует, что заключением договора с клиентом и размещением макета клиента в ТРЦ «Гринвич» занимался сотрудник, с которым трудовые отношения прекращены, договор с заказчиком и размещение макета

произведено без согласования и утверждения <...>, в результате чего была нарушена процедура согласования рекламного изображения клиента. С того момента как <...> стало известно, что реклама спа-салона «Тропики» каким-либо образом может нарушать ФЗ «О рекламе», ею принято незамедлительное решение о прекращении размещения указанного изображения.

Поскольку ООО «ИнЦентр» выступало в качестве посредника в размещении рекламы салона и не относит себя к числу рекламодателей и/или рекламораспространителей, Общество просит прекратить в отношении него производство по делу №62.

Рассмотрев имеющиеся в деле материалы, заслушав мнения лиц, участвующих в деле, Комиссия приходит к следующим выводам.

Материалами дела установлено, что 09.04.2016 в подземном паркинге Торгового центра «Гринвич» распространялась реклама спа-салона «Тропики» (ул. Радищева, 31) следующего содержания: «PROJECT TROPICS. Первый спа-салон, вызывающий зависимость... ул. Радищева, 31. 2-004-004». В рекламе изображен банан в женской руке.

20.05.2016 УМВД России по г. Екатеринбургу в рамках взаимодействия предоставило в антимонопольный орган копию Постановления от 16.07.2015 № 5-268/2015, вынесенного Мировым судьёй судебного участка № 5 Ленинского судебного района г. Екатеринбурга <...>, по делу об административном правонарушении в отношении <...>, признанной виновной в совершении административного правонарушения, предусмотренного ст. 6.11 Кодекса об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ), по факту оказания 17.06.2015 в 17:00 по адресу: г. Екатеринбург, ул. Радищева, 31 в массажном салоне «Африка» интимных услуг за денежное вознаграждение.

Статья 6.11 КоАП РФ предусматривает административную ответственность за занятие проституцией.

Деяния, направленные на организацию занятия проституцией другими лицами, а равно содержание притонов для занятия проституцией или систематическое предоставление помещений для занятия проституцией наказываются штрафом в размере от ста тысяч до пятисот тысяч рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до трех лет, либо принудительными работами на срок до пяти лет, либо лишением свободы на тот же срок (ч. 1 ст. 241 УК РФ).

В силу п. 1 ст. 7 ФЗ «О рекламе» не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации.

Согласно п. 3 ст. 3 ФЗ «О рекламе», товаром признается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

В соответствии с ч. 7 ст. 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных п. 1 ст. 7 ФЗ «О рекламе» несет как рекламодатель, так и рекламораспространитель.

При этом в ст. 3 ФЗ «О рекламе», под рекламодателем понимается изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5), а под рекламораспространителем – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с

использованием любых средств (п. 7).

В рамках рассмотрения дела, с целью установления взаимосвязи между лицом, подвергшимся проверке УМВД России по г. Екатеринбург 17.06.2015, в ходе которой сотрудница спа-салона «Африка» была привлечена к административной ответственности за занятие проституцией, и лицом, осуществляющим деятельность в спа-салоне «Тропики», являющимся рекламодателем рассматриваемой рекламы, Свердловским УФАС России был направлен запрос информации в адрес УМВД России по г. Екатеринбург (исх. №15788 от 05.12.2016).

УМВД России по г. Екатеринбург проинформировало Управление (вх. №01-20596 от 20.12.2016) о том, что 17.06.2015 в рамках уголовного дела № 150121108, возбужденного по признакам преступления, предусмотренного ч.1 ст. 241 УК РФ (организация занятия проституцией), сотрудниками ОУР УМВД России по г. Екатеринбург проводились ОРМ «Проверочная закупка» в массажном салоне «Африка», расположенном по адресу ул. Радищева, 31.

На момент проведения проверки (согласно Выписке из ЕГРЮЛ от 17.06.2015) предпринимательскую деятельность в массажном салоне «Африка» осуществляло ООО «Индустрия удовольствия».

В 2015-2016 г.г. в массажном салоне «PROJECT TROPICS», расположенном по адресу: г. Екатеринбург, ул. Радищева, 31, сотрудниками ОУР УМВД, мероприятия, направленные на выявление и пресечение противоправной деятельности, посягающей на общественную нравственность, не проводились (кроме, факта привлечения <...> в июне 2015 года).

Сведениями о лицах, осуществляющих деятельность в данном салоне в настоящее время, сотрудники ОУР УМВД России по г. Екатеринбург не располагают.

ООО «Клевер» на рассмотрение дела не явилось, запрошенную информацию, в том числе, копию договора с рекламодателем рассматриваемой рекламы, не представило.

Таким образом, 20.12.2016 в ходе заседании Комиссии лицо, явившееся рекламодателем рассматриваемой рекламы, не установлено.

На запрос Управления о владельце (владельцах) помещения, расположенного на 1-м этаже 16-ти этажного жилого дома по адресу: г. Екатеринбург, ул. Радищева, 31, в котором осуществляет деятельность СПА-салон «Тропики», ТСЖ «Тихвинское» сообщило (вх. №01-20239 от 14.12.2016), что собственником двух нежилых помещений по адресу: г. Екатеринбург, ул. Радищева, 31, блок-секция 1Д (подъезд №5), где осуществляет деятельность СПА-салон «Тропики», на основании свидетельств о государственной регистрации права является физическое лицо. Нежилое помещение площадью 128,7 кв.м. расположено на 1 этаже со входом со стороны улицы Радищева. Нежилое помещение площадью 358,00 кв.м. расположено на 1 (жилом) этаже здания с выходом во двор. Договорные отношения с вышеуказанным собственником ТСЖ «Тихвинское» не имеет. По сведениям, предоставленным указанным физическим лицом в 2015 году, арендатором ее нежилых помещений является ООО «Индустрия удовольствия». В ТСЖ «Тихвинское» не предоставлена копия договора аренды. В настоящее время возможны изменения по арендатору (арендаторам и субарендаторам).

На запрос Управления ООО «Екатеринбург-2000» сообщило (вх. №01-19829 от

07.12.2016), что абонентский номер (343) 2004004 предоставлен в качестве дополнительного городского по договору №94-002245 от 24.02.2016 с абонентом - физическим лицом.

Таким образом, в материалах дела отсутствуют документы, подтверждающие, что юридическое лицо (ООО «Индустрия удовольствия»), осуществлявшее деятельность под коммерческим обозначением «Африка» в спа-салоне, располагавшемся по адресу: г. Екатеринбург, ул. Радищева, 31, сотрудница которого была привлечена 16.07.2015 к административной ответственности по факту занятия проституцией, является юридическим лицом, осуществляющим в настоящее время деятельность под коммерческим обозначением «PROJECT TROPICS» в спа-салоне по адресу: г. Екатеринбург, ул. Радищева, 31, имеющем отношение к распространению рассматриваемой рекламы, а также материалы, подтверждающие, что сотрудники последнего привлекались к административной ответственности за занятие проституцией.

Материалами дела установлено, что реклама спа-салона «Тропики», явившаяся предметом рассмотрения дела, в настоящее время не распространяется.

Согласно пп. е п. 36. Правил производство по делу может быть прекращено в случае невозможности установления лица, нарушившего законодательство Российской Федерации о рекламе, в течение сроков, определенных пунктом 27 настоящих Правил.

В соответствии с п.27 Правил дело рассматривается антимонопольным органом в течение 1-го месяца со дня его возбуждения. В исключительных случаях срок рассмотрения дела может быть продлен антимонопольным органом, но не более чем на 2 месяца.

Дело №62 было возбуждено 22.06.2016. Т.о., с момента возбуждения дела до момента его рассмотрения 20.12.2016 прошло более 3 месяцев. С учетом того, что в течение сроков, определенных п.27 Правил лицо, нарушившее законодательство Российской Федерации о рекламе, не установлено, Комиссия приходит к выводу о необходимости прекращения производства по делу №62.

Руководствуясь пп. е пункта 36 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 62 прекратить.

Председатель комиссии <...>

Члены Комиссии <...>

<...>