



## УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ ПО СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

### РЕШЕНИЕ по делу № 97

Резолютивная часть решения оглашена 27.10.2016  
Решение в полном объеме изготовлено 08.11.2016

г. Екатеринбург

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Свердловской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

Председатель комиссии

<...> – заместитель руководителя управления,

Члены комиссии

<...> – начальник отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренции,

<...> – главный специалист-эксперт отдела контроля за соблюдением законодательства о рекламе и недобросовестной конкуренцией,

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства – ООО «Центр косметологии и пластической хирургии»: <...> (по доверенности),

в отсутствие заявителя – <...>,

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 № 97, возбужденное по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе по факту нарушения ООО «Центр косметологии и пластической хирургии» ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.06.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

### УСТАНОВИЛА:

Дело № 97 по признакам нарушения рекламного законодательства было возбуждено Определением от 20.09.2016 в отношении ООО «Центр косметологии и пластической хирургии» и назначено к рассмотрению на 20.10.2016 с объявлением перерыва до 27.10.2016, когда и была оглашена резолютивная часть решения.

Основанием для возбуждения дела, согласно п. 3.25 Правил рассмотрения дел, явилось выявление антимонопольным органом при рассмотрении заявления <...> (вх. № 01-13404 от 24.08.2016) об использовании непристойного образа в рекламе Центра косметологии и пластической хирургии, размещенной на стр. 99 журнала «Стольник» № 07 (174) 2016 г.

Определением от 20.09.2016 рассмотрение дела было назначено на 20.10.2016 и по итогам рассмотрения в заседании комиссии был объявлен перерыв до 27.10.2016 в 16:30.

Рассматриваемая реклама имеет следующее содержание:

«КРАСИВОЕ ТЕЛО

коррекция формы и размера груди

интимная хирургия  
восстановление подтянутой формы живота  
коррекция формы и размера пупка  
липосакция тела с 01.07.2016 по 15.09.2016 -20%  
удлинение ног, выпрямление голеней без аппарата Илизарова  
Центр косметологии и пластической хирургии имени С.В. Нудельмана  
Екатеринбург, ул. Московская, 19  
(343) 228-28-28  
[www.plastic-surgery.ru](http://www.plastic-surgery.ru)

О ВОЗМОЖНЫХ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯХ КОНСУЛЬТИРУЮТ СПЕЦИАЛИСТЫ  
Лиц. № 66-01-003705 от 19.11.2015

реклама  
18+»

В рекламе изображена обнаженная женщина от головы до поясицы включительно. На изображении женщина повернута к читателю правым боком, прикрывая рукой обнаженную грудь.

Согласно информации, полученной от журнала «Стольник» (учредитель и издатель ООО «Глобал Медиа»), указанная реклама размещена на основании договора № ГМ-43 от 20.12.2015, в соответствии с которым ООО «Центр косметологии и пластической хирургии» является рекламодателем.

ООО «Центр косметологии и пластической хирургии» в письменных объяснениях (вх. № 01-16557 от 14.10.2016), а также на заседании комиссии сообщило следующее:

Клиника является медицинской организацией, в соответствии со ст.2 ФЗ «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» - медицинская организация это юридическое лицо независимо от организационно-правовой формы, осуществляющее в качестве основного (уставного) вида деятельности медицинскую деятельность на основании лицензии, выданной в порядке, установленном законодательством Российской Федерации.

Медицинская деятельность - профессиональная деятельность по оказанию медицинской помощи, проведению медицинских экспертиз, медицинских осмотров и медицинских освидетельствований, санитарно-противоэпидемических (профилактических) мероприятий и профессиональная деятельность, связанная с трансплантацией (пересадкой) органов и (или) тканей, обращением донорской крови и (или) ее компонентов в медицинских целях.

Медицинская помощь это комплекс мероприятий, направленных на поддержание и (или) восстановление здоровья и включающих в себя предоставление медицинских услуг.

Пациент это физическое лицо, которому оказывается медицинская помощь или которое обратилось за оказанием медицинской помощи независимо от наличия у него заболевания и от его состояния.

Основными пациентами Клиники являются женщины. Использование в рекламе Клиники женского образа полностью соответствует рекламируемым медицинским услугам, характеру и целевой аудитории.

Указанная информация о медицинских услугах Клиники размещена в журнале с графической пометкой «+18», что исключает просмотр данного рекламного материала лицами, не относящимися к данной категории. Сам журнал является рекламным изданием, информационной продукцией категории «16+» и распространяется среди предприятий торговли и услуг соответствующей информационной категории, что исключает его просмотр зрителями другой категории.

Довод заявителя о том, что реклама Клиники содержит «непристойный образ» нельзя считать обоснованным, поскольку в указанной рекламе используется изображение женщины, не противоречащее нормам морали, а также правилам приличия, сложившимся в современном обществе. Женщина в рассматриваемой рекламе, размещенной в журнале, изображена от головы до поясицы и повернута к зрителям правым боком, правая рука

прикрывает грудь. На изображении нет демонстрации интимных частей тела, женщина в рекламе расположена в естественной позе - стоит прямо, опустив левую руку. Она не изображена в вульгарной или вызывающей позе.

Понятие «непристойный» является этической категорией. Этические понятия более широки и менее определены, чем законодательные дефиниции, а их границы зачастую «размыты».

Иными словами, понятие «непристойный образ» является в большей степени оценочным и субъективным понятием.

Поэтому для предъявления обвинения в использовании непристойных образов необходимо, чтобы фраза или образ, использованный в рекламе, был оскорбителен объективно, а не с точки зрения индивидуумов, имеющих взгляды на определенные вещи и выражения, вкладывающих в них своеобразный смысл.

Общество обращает внимание на то, что какая-либо мотивация, объяснение непристойности отсутствует в заявлении и поэтому её невозможно опровергнуть.

Использованный в рекламе Клиники женский образ не сопровождается какой-либо зрительной, графической или иной информацией, которая придавала бы рекламе непристойный и оскорбительный смысл. Текстовое содержание рекламы информирует зрителя о медицинских услугах Клиники, а текст не содержит каких-либо непристойных или оскорбительных противопоставлений или сравнений.

Таким образом, реклама Клиники не содержит непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений.

Указанная реклама, как сообщило Общество в рамках рассмотрения дела, распространялась также в журнале «Стольник» № 08 (175) от сентября 2016 г., в журнале «Уютное небо» март 2016 г.

Свердловским УФАС России в рамках рассмотрения данного дела на официальном сайте территориального органа ФАС России - [www.sverdlovsk.fas.gov.ru](http://www.sverdlovsk.fas.gov.ru), был проведен опрос: «Как Вы считаете, данная реклама содержит непристойный и (или) оскорбительный образ?», содержащий, в том числе, изображение рассматриваемой рекламы. Предлагаемые варианты ответов: «Да, содержит» и «Нет, не содержит». Всего по результатам опроса на 20.10.2016 проголосовало 20 человек (100%), из них 8 голосов (40 %) считают, что реклама содержит непристойный образ, а 12 голосов (60%) не считают, что реклама содержит непристойный образ.

Рассмотрев представленные материалы, заслушав доводы и возражения лица, в отношении которого возбуждено дело по признакам нарушения рекламного законодательства, Комиссия Свердловского УФАС России приходит к следующим выводам:

Целями Федерального закона «О рекламе» являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы (ст. 1 Федерального закона «О рекламе» от 13.03.2006 №38-ФЗ).

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 (п. 1 ст. 3 Федерального закона «О рекламе»).

ООО «Центр косметологии и пластической хирургии» разместило в журнале «Стольник» № 07 (174) 2016 г., журнале «Стольник» № 08 (175) от сентября 2016 г., журнале «Уютное небо» март 2016 г. рекламу Центра косметологии и пластической хирургии и оказываемых им услуг, в которой используется непристойный образ – в рекламе изображена обнаженная женщина от головы до поясицы включительно; на изображении женщина повернута к читателю правым боком, прикрывая рукой обнаженную грудь.

В соответствии с ч.6 ст.5 ФЗ «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.

Довод ООО «Центр косметологии и пластической хирургии» о пристойности указанной рекламы и отсутствии в ней нарушения рекламного законодательства нельзя считать обоснованным, поскольку:

Согласно «Толковому словарю русского языка» под ред. С.И. Ожегова, Н.Ю. Шведовой, «непристойный» - неприличный, бесстыдный. «Неприличный» - противоречащий правилам приличия. «Приличие» - правило поведения, вежливость, благопристойность. «Бесстыдный» - лишенный чувства стыда, противоречащий общественной морали, непристойный.

В соответствии с письмом ФАС России от 29.04.2013 N АД/17355/13 «О порядке применения ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе», к 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.

К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

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.

Кроме того, при решении вопроса о соответствии той или иной рекламной информации требованиям ч.6 ст.5 Федерального закона «О рекламе» такую информацию следует оценивать в совокупности с обстоятельствами ее размещения.

Комиссия отмечает, что показателем того, является ли тот или иной образ непристойным и оскорбительным для его адресатов, являются сами эти адресаты, их восприятие, чувства. В данном случае потребители рекламы (в частности заявитель) возмущены обращенной к ним рекламой с изображением обнаженного женского тела от головы до пояса включительно.

Кроме того, в рамках опроса, проведенного Свердловским УФАС России на своем официальном сайте - [www.sverdlovsk.fas.gov.ru](http://www.sverdlovsk.fas.gov.ru), 40% опрошенных проголосовало за то, что указанная реклама содержит непристойный образ.

Рассматриваемая реклама неприлична и бесстыдна, так как содержит зрительную информацию, нарушающую принятые в обществе нормы морали и нравственности, содержит непристойный образ, общедоступна и существенно затрагивает личные неимущественные права неопределенного большого круга лиц, поскольку преподносится населению через средство массовой информации – периодическое печатное издание «Стольник».

Исходя из особенностей Российской Федерации как многонационального, поликонфессионального государства следует исходить из общепринятых норм этики, гуманности и морали, сложившихся в обществе.

В свою очередь, содержание рекламы крайне обижает, унижает, уязвляет, задевает чувства граждан, использование указанного изображения – обнаженная женщина от головы до пояса включительно; на изображении женщина повернута к читателю правым боком, прикрывая рукой обнаженную грудь – противоречит правилам приличия и хорошего тона, сложившихся в обществе.

Ненадлежащая реклама – реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

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

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, согласно п. 5 ст.3 ФЗ «О рекламе».

Рекламодателем рассматриваемой рекламы является ООО «Центр косметологии и пластической хирургии», что подтверждается материалами дела № 97 и не оспаривается Обществом.

Как следует из материалов дела, указанная реклама распространялась только в журнале «Стольник» № 07 (174) 2016 г., журнале «Стольник» № 08 (175) от сентября 2016 г., журнале «Уютное небо» март 2016 г., таким образом отсутствует необходимость в выдаче предписания Обществу о прекращении распространения ненадлежащей рекламы.

В соответствии с п.7 ч.2 ст.33 ФЗ «О рекламе» Антимонопольный орган вправе применять меры ответственности в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

За нарушение рекламного законодательства ч.1 ст. 14.3 КоАП РФ предусмотрена административная ответственность.

Согласно п.43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утвержденных Постановлением Правительства РФ №508 от 17.08.2006) дата изготовления решения в полном объеме считается датой принятия решения.

В резолютивной части решения комиссия указывает на необходимость передачи дела должностному лицу Управления для рассмотрения дела об административном правонарушении по ст.14.3 КоАП РФ.

Согласно п.1 ч.1 ст.28.1.КоАП РФ поводом к возбуждению дела об административном правонарушении является, в том числе, непосредственное обнаружение должностными лицами, уполномоченными составлять протоколы об административных правонарушениях, достаточных данных, указывающих на наличие события административного правонарушения.

На основании изложенного, руководствуясь ст. ст. 33 - 36 ФЗ «О рекламе», в соответствии с п. 37 – 43 Правил рассмотрения дел, Комиссия

#### РЕШИЛА:

1. Признать рекламу «Центра косметологии и пластической хирургии» и оказываемых им услуг, размещенную в журнале «Стольник» № 07 (174) 2016 г., журнале «Стольник» № 08 (175) от сентября 2016 г., журнале «Уютное небо» март 2016 г., ненадлежащей, нарушающей требования ч. 6 ст. 5 ФЗ «О рекламе», поскольку в рекламе использован непристойный образ.

2. Предписание о прекращении нарушения рекламного законодательства не выдавать.

3. Законному представителю ООО «Центр косметологии и пластической хирургии» (ст. 25.4 КоАП РФ – законными представителями юридического лица в соответствии с настоящим Кодексом являются его руководитель, а также иное лицо, признанное в

соответствии с законом или учредительными документами органом юридического лица. Полномочия законного представителя юридического лица подтверждаются документами, удостоверяющими его служебное положение) надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 318) **12 декабря 2016 г. в 10 час. 00 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

4. Директору ООО «Центр косметологии и пластической хирургии» Нудельман Ирине Александровне надлежит явиться в Свердловское УФАС России (620014, г. Екатеринбург, ул. Московская, 11, каб. 318) **12 декабря 2016 г. в 10 час. 30 мин.** для составления протокола об административном правонарушении по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ с документами, удостоверяющими личность.

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

В соответствии с п. 1 ст. 25.1 КоАП РФ лицо, в отношении которого возбуждено производство по делу об административных правонарушениях, вправе знакомиться со всеми материалами дела, давать объяснения, представлять доказательства, заявлять ходатайства и отводы, пользоваться юридической помощью защитника, а также иными процессуальными правами в соответствии с КоАП РФ.

Председатель комиссии

<...>

Члены комиссии

<...>

<...>