

**ИП <...>**

**Заявитель:**

(вх. № 4527 от 23.03.2021)

## **РЕШЕНИЕ**

(по делу №002/05/5-557/2021)

23.07.2021г.

г. Уфа, ул. Пушкина, 95

Комиссия Башкортостанского УФАС России по рассмотрению дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе в составе:

Председатель комиссии:

<...>;

Члены Комиссии:

<...>;

<...>;

рассмотрев обращение физического лица б/н от 23.03.2021 года (вх. №4527 от 23.03.2021) по признакам нарушения части 6 статьи 5 и части 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту - ФЗ «О рекламе»),

в присутствии:

-ИП <...> (Заседание Комиссии проходит с применением видеоконференц-связи, ходатайство (вх.№12159 от 23.07.2021г.).

### **УСТАНОВИЛА:**

В соответствии со статьей 1 Федерального закона «О рекламе» целями настоящего Федерального закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в РФ единства экономического пространства, реализация права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства РФ о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Целью любого закона является защита и охрана определенных общественных интересов. Включение законодателем в цели Федерального закона «О рекламе» предотвращения и пресечения ненадлежащей рекламы, говорит о том, что распространение такой рекламы уже является угрозой общественным интересам, охраняемым данным законом.

Согласно пункту 6.1.1 Положения о территориальном органе Федеральной антимонопольной службы (приложение №1 к приказу ФАС России от 23.07.2015 №649/15) территориальный орган осуществляет контроль за соблюдением коммерческими и некоммерческими организациями законодательства о рекламе.

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан, поступило обращение физического лица б/н от 23.03.2021 (вх. №4527 от 23.03.2021) по признаках нарушения, по мнению заявителя, требований ФЗ «О рекламе», при размещении рекламного объявления с изображением девушки в рекламно-информационном еженедельнике «Пульс М» №3(598) от 11.02.2021г.на стр.5, рекламодатель – ИП <...>



Текст обращения заявителя (вх. № 4527 от 23.03.2021):

«...В рекламе, которая находится на 5 странице газеты, пишут: «criminal», «Скажи «Люблю» сейчас», «для любви не нужен повод». Так что они рекламируют, употребляя данные фразы? Я пыталась понять, что они рекламируют, но так и не смогла. В моей голове промелькнули разные мысли, например: «Может быть, это услуги сексуального характера?». Нет понятия того, что они рекламируют!!! Более того на рекламе изображена полуголая женщина, что является безнравственным и незаконным! Данная реклама находится в свободном обозрении для всех категорий граждан, включая несовершеннолетних, она противоречит ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в РФ». В данном законе говорится о том, что ребенок должен быть защищен от информации, пропаганды и агитации, наносящие вред его здоровью, нравственному и духовному развитию», -пишет он. Таким образом, изображение полуобнаженного женского тела является непристойным и оскорбительным для определенной категории граждан. Часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать непристойные и оскорбительные образы, а часть 7 статьи 5 не допускает рекламу, если при этом вводит в заблуждение»

В соответствии с пунктами 1, 2, 3 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама - это информация, распространенная любым способом, в любой форме, 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.

Распространенная информация подпадает под понятие «реклама», поскольку обладает всеми ее признаками – распространена наружным способом, адресована неопределенному кругу лиц, направлена на привлечения внимания потребителей и осуществляемой им деятельности.

Данная реклама имеет признаки нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в части того, 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.

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

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.

Согласно части 6 статьи 38 ФЗ «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», несет рекламодатель.

Данная реклама имеет признаки нарушения части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в части того, что:

- 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 вводится в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии со статьей 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований, установленных части 7 статьи 5 указанного закона, несет рекламодатель

В соответствии с представленной информацией от редакции рекламно-информационной еженедельника «Пульс М» (ООО «Пресс-сервис») рекламодателем данной рекламы является ИП

12.04.2021г. от ИП <...> поступили письменные пояснения: «...Я как предприниматель занимаюсь торговой деятельностью по продаже женского белья в торговых точках по адресу: г.Мелеуз, ул.Бурангулова, 21а ТСК «Гум» и по ул.Шлычкова, 42 ТЦ «Аркаим». По договору №1 от 13.01.2021, на предоставлении информационных услуг, заключенному между ООО «Пресс-сервис», размещает рекламный материал в рекламной газете «Пульс-М». Рекламный материал изготавливал редактор газеты «Пульс-М». В газете «Пульс-М» была размещена реклама, со словами «для любви не нужен повод. Скажи

«Люблю»сейчас! и «изображением девушки», то есть основная идея(посыл) рекламного изображения заключается в выражении чувств любви... В тексте рекламы не содержатся непристойные или оскорбительные образы, сравнения и выражения в отношении какой-либо национальности, текст не включает слов и выражений, прямо обозначающих лиц по национальному признаку. В анализируемом тексте рекламы не содержатся непристойные или оскорбительные образы, сравнения и выражения в отношении национальности. В тексте отсутствует какая-либо образная и оценочная характеристика персонажей. Создания целенаправленной иронического образа данного персонажа в нашем случае девушки, в тексте не наблюдается. В рассматриваемом тексте рекламы отсутствуют признаки антисемитизма. Напротив смысл текста направлен на укрепление человеческих ценностей. Федеральный закон «О рекламе» устанавливает в статье 6 нормы, направленные на защиту несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта... Данная реклама размещенная в газете «Пульс-М», не коем образом не вводит в заблуждение потребителя, при этом указан адрес предпринимателя, торговой точки и его ОГРН. Согласно информации, размещенной на социальной страничке газеты «Пульс-М» (социальная сеть «в контакте», <https://vk.com/club28885169>), а также сайте <https://puls-meleuz-vsite.biz/#products>) последняя является еженедельным рекламно-информационным изданием, предоставляемым потребителям на возмездной основе(платно, через подписку и т.д.). С учетом изложенного данное печатное издание адресовано определенному кругу лиц, кроме того у потребителя рекламной продукции имеется право выбора и ограничения ее восприятия»(вх.№5889 от 12.04.2021г..Прилагаются документы: копия квитанции от 17.02.2021г., копия переписки, копия акта №80 от 11.02.2021г.копия договора аренды нежилого помещения №2108Г1 от 01.03.2021г.копия аренды нежилого помещения в универсаме «Аркаим» от 01.08.2020г., копия договора 31 на предоставление информационных услуг от 13.01.2021г.

13.04.2021г. заседание Комиссии проводится дистанционным путем с применением видео-конференц-связи. Присутствует ИП <...> Ранее изложенная позиция поддержана в полном объеме.

13.04.2021 года Комиссией Башкортостанского УФАС России было принято решение:

- 1) приостановить производство по делу №002/05/5-557/2021;
- 2) вынести данную рекламу на обсуждение Экспертного Совета по применению законодательства РФ о рекламе, вопрос сформулировать следующим образом: содержатся ли в данной рекламе непристойные и оскорбительные образы, вводится ли потребитель рекламы в заблуждение из-за отсутствия части существенной информации?

В соответствии с абзацем 2 пункта 39 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, рассмотрение дела может быть приостановлено антимонопольным органом в случае необходимости проведения экспертизы или получения заключения специалиста

Течение срока при приостановлении дела прерывается и продолжается с даты возобновления дела.

На основании изложенного, руководствуясь пунктом 39 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

12.05.2021 года состоялось заседание Экспертного Совета.

В связи с получением заключения Экспертного Совета по применению законодательства РФ о рекламе, основания для дальнейшего приостановления производства по делу отсутствуют.

31.05.2021 года Председатель Комиссии определил:

1. Производство по делу № 002/05/5-557/2021 возобновить.
2. Назначить дело к рассмотрению на 07.06.2021 года.

07.06.2021 года ИП <...> в адрес Управления посредством электронной почты заявлено ходатайство о рассмотрении дела дистанционным способом (вх. № 9359 от 07.06.2021 г.).

07.06.2021 года на заседании Комиссии ранее поступившее ходатайство (вх. № 9359 от 07.06.2021 г., электронная почта) удовлетворено. Дело рассмотрено в присутствии ИП <...> с использованием систем видеосвязи. Индивидуальным предпринимателем озвучена позиция по делу.

Комиссия приходит к выводу о необходимости получения экспертного заключения Института конкурентной политики и регулирования рынков при НИУ «Высшая школа экономики».

Перед экспертами Комиссия ставит следующие вопросы:

1. Содержатся ли в данной рекламе непристойные и оскорбительные образы?
2. Отсутствует ли в данной рекламе часть существенной информации вводящей в заблуждение потребителей рекламы?

07.06.2021 года Комиссия определила:

1. Производство по делу № 002/05/5-557/2021 приостановить.
2. Направить запрос для получения экспертного заключения Института конкурентной политики и регулирования рынков при НИУ «Высшая школа экономики».

01.07.2021г. от Института конкурентной политики и регулирования рынков при НИУ «Высшая школа экономики» поступило экспертное заключение по вопросу соответствия рекламной информации, распространенной посредством ее размещения в рекламной газете «Пульс-М», положениям частей 6 и 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе»(вх.№10936 от 01.07.2021г.)

В связи с получением экспертного заключения Института конкурентной политики и регулирования рынков при НИУ «Высшая школа экономики», основания для дальнейшего приостановления производства по делу отсутствуют.

23.07.2021г. от ИП <...> поступило ходатайство о рассмотрении дела с применением видео-конференц-связи(вх.№12159 от 23.07.2021г.). Ходатайство удовлетворено. Заседание Комиссии проходит с применением видео-конференц-связи. Присутствует ИП <...> Ранее изложенная позиция поддержана полностью.

Анализ материалов дела показал, в Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Башкортостан поступило обращение

физического лица б/н от 23.03.2021 (вх. №4527 от 23.03.2021) по признаках нарушения требований ФЗ «О рекламе», при размещении рекламного объявления с изображением девушки в рекламно-информационном еженедельнике «Пульс М» №3(598) от 11.02.2021г.на стр.5, рекламодатель – ИП <...>



Текст обращения заявителя (вх. № 4527 от 23.03.2021):

«...В рекламе, которая находится на 5 странице газеты, пишут: «criminal», «Скажи «Люблю» сейчас», «для любви не нужен повод». Так что они рекламируют, употребляя данные фразы? Я пыталась понять, что они рекламируют, но так и не смогла. В моей голове промелькнули разные мысли, например: «Может быть, это услуги сексуального характера?». Нет понятия того, что они рекламируют!!! Более того на рекламе изображена полуголая женщина, что является безнравственным и незаконным! Данная реклама находится в свободном обозрении для всех категорий граждан, включая несовершеннолетних, она противоречит ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в РФ». В данном законе говорится о том, что ребенок должен быть защищен от информации, пропаганды и агитации, наносящие вред его здоровью, нравственному и духовному развитию»,-пишет он. Таким образом, изображение полуобнаженного женского тела является непристойным и оскорбительным для определенной категории граждан. Часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать непристойные и оскорбительные образы, а часть 7 статьи 5 не допускает рекламу, если при этом вводит в заблуждение»

Согласно поступившей информации от редакции рекламно-информационной еженедельника «Пульс М»(ООО «Пресс-сервис») рекламодателем данной рекламы является ИП <...>

В материалах дела имеются письменные пояснения ИП <...>: «...Я как предприниматель занимаюсь торговой деятельностью по продаже женского белья в торговых точках по адресу: г.Мелеуз, ул.Бурангулова, 21а ТСК «Гум» и по ул.Шлычкова, 42 ТЦ «Аркаим». По договору №1 от 13.01.2021, на предоставлении информационных услуг, заключенному между ООО «Пресс-сервис», размещает рекламный материал в рекламной газете «Пульс-М». Рекламный материал изготавливал редактор газеты «Пульс-М». В газете «Пульс-М» была размещена реклама, со словами «для любви не нужен повод. Скажи «Люблю»сейчас! и «изображением девушки», то есть основная идея(посыл) рекламного изображения заключается в выражении чувств любви... В тексте рекламы не содержатся непристойные или оскорбительные образы, сравнения и выражения в отношении какой-либо национальности, текст не включает слов и выражений, прямо обозначающих лиц по национальному признаку. В анализируемом тексте рекламы не содержатся непристойные или

оскорбительные образы, сравнения и выражения в отношении национальности. В тексте отсутствует какая-либо образная и оценочная характеристика персонажей. Создания целенаправленной иронического образа данного персонажа в нашем случае девушки, в тексте не наблюдается. В рассматриваемом тексте рекламы отсутствуют признаки антисемитизма. Напротив смысл текста направлен на укрепление человеческих ценностей. Федеральный закон «О рекламе» устанавливает в статье 6 нормы, направленные на защиту несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта... Данная реклама размещенная в газете «Пульс-М», не коим образом не вводит в заблуждение потребителя, при этом указан адрес предпринимателя, торговой точки и его ОГРН. Согласно информации, размещенной на социальной страничке газеты «Пульс-М» (социальная сеть «в контакте», <https://vk.com/club28885169>), а также сайте <https://puls-meleuz-vsite.biz/#products>) последняя является еженедельным рекламно-информационным изданием, предоставляемым потребителям на возмездной основе (платно, через подписку и т.д.). С учетом изложенного данное печатное издание адресовано определенному кругу лиц, кроме того у потребителя рекламной продукции имеется право выбора и ограничения ее восприятия» (вх. №5889 от 12.04.2021г.)

В материалах дела имеются письменные пояснения ИП <...>: «Я, <...> являюсь индивидуальным предпринимателем, ознакомившись с материалом, поступившим от УФАС по жалобе физического лица в отношении рекламы, поясняю следующее.

Указанная реклама размещена в РИЕ «Пульс М». и содержит рекламу магазинов купальников и белья, расположенных в торговых центрах города, и содержит информацию о том, что известная торговая марка белья продается в указанных магазинах. Слова в рекламе «Скажи «Люблю» сейчас», связаны с праздником «День Влюбленных», который также является общеизвестным и символами которого являются сердца, слова любви и открытки с сердечками и словами любви: «валентинки».

Учитывая, что указанная в заявлении рекламная информация была размещена в преддверии указанного праздника (публикация 11.02, праздник отмечают 14 февраля), полагаю, что размещение изображения сердца как символа праздника, и слов «любовь» является уместным.

Размещенный макет не содержит обнаженного изображения, являющегося неприличным. На картинке размещена женщина в купальнике, что соответствует направленности магазина, и не является оскорбительным. При этом, с учетом символа предстоящего праздника, данная модель держит сердечко. Хотелось бы обратить внимание, что изображение женщины не может являться оскорбительным, так как запрет на изображение женщины является нарушением прав женщин, а в соответствии с Конституцией РФ, мужчины и женщины имеют равные права. При этом, картинка направлена на целевую аудиторию магазина, торговлю товарами для женщин-женскими купальниками и бельем, в связи с чем является логичным изображение именно женщины в рекламе.

Также не ясно, почему у Заявителя слова «Скажи Люблю Сейчас» и «Для любви не нужен повод» ассоциируются с «неприличными» услугами.

Любовь-это возвышенные чувства, которые испытывают люди в семье, к близким, к Родине. Искаженное понимание о любви у заявителя не может

являться основанием для общего искаженного восприятия слова «Любовь».

Согласно словарю, значение слова:

Большая советская энциклопедия: «любовь- глубокое чувство, устремлённость на другую личность, человеческую общность или идею. Любовь необходимо включает в себя порыв и волю к постоянству, прим: любовь к семье, любовь к Родине

Википедия: Любовь — чувство, свойственное человеку, глубокая привязанность и устремлённость к другому человеку или объекту, чувство глубокой симпатии.

Нигде слово Любовь не используется в непристойном смысле. Изображение женщины, размещенное в газете, также не содержит изображения каких-либо интимных мест, в связи с чем нельзя его назвать неприличным или оскорбительным. Изображение женского тела не может быть непристойным, тем более, что женщина не является полуобнаженной, а одета в купальник, и дополнительно, верхняя часть тела, где лиф купальника (грудь), закрыты большим сердечком-символом предстоящего праздника дня влюбленных, в преддверии которого был размещен макет.

Данной рекламой я никого не хотела оскорбить, и тем более у меня не было никакого злого умысла. Реклама была размещена с целью напоминания о нас и направлена для привлечения покупателей

Используемый в данной рекламе объект привлечения внимания формирует вектор заинтересованности женщин как потенциальных покупателей (целевой аудитории) на потребительской ценности рекламируемого товара, а также акцентирует внимание на предстоящем празднике, используя в рекламном изображении общепринятые символы такого праздника.

Заявитель также указывает, что «ребенок должен быть защищен от информации, наносящей вред его здоровью». Но указанная газета имеет возрастной ценз «16+», таким образом, заявитель не должна была показывать указанное издание детям. Тем более, указанная реклама изображена не на первой странице, а внутри издания, на стр. 5»... «Полагаю, что в размещенной рекламе не содержится непристойного или оскорбительного образа, так как размещение женского изображения в купальнике, в рекламе магазина купальников и белья, не может заведомо признаваться непристойным и оскорбительным, тем более, с учетом категории «16+», а также указанная реклама не вводит в заблуждение.

Индивидуальное искаженное понимание о любви заявителя, и тот факт, что заявитель полагает оскорбительным изображение женщины в рекламе (не полуголой, а в определенном виде одежды), не позволяет считать установленным наличие нарушения, так как к непристойным образам, могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе, а не учитывают индивидуально-оценочный, субъективный и искаженный смысл, зависящий от личностного восприятия образа женщины заявителем (с учетом Письма ФАС РОССИИ от 29.04.2013 №АД/17355/13). Тем более, что признание изображения женщины в купальнике непристойным носит признаки дискриминации, а дискриминация в зависимости от пола и расы в РФ запрещена законом.

При этом нельзя признать непристойным и противоречащим

общественным нормам изображение женщины в купальнике, так как это является распространенным и общепризнанным на городских пляжах допускается нахождение женщин в указанном виде одежды, на телевидении постоянно, в том числе без ограничения по возрасту транслируются изображения женщин в белье, купальнике, это не является непристойным в обществе, так как в использованном художественном образе отсутствует изображение каких-либо обнаженных интимных частей тела.

В Определении указано, что имеются признаки нарушения ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», в части того, что не допускается реклама, в которой отсутствует часть информации о рекламируемом товаре, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребители рекламы.

В указанной рекламе содержится визуальная информация, изображение общеизвестной марки товара белья марки «Криминал», характерного брендового изображения который был создан более 10 лет назад. При создании брендового изображения и названия учитывался маркетинговый ход, поэтому название получилось громким, который создавался для возникновения интереса и в следствии привлечения большего количества покупателей. Так же имеется информация об адресах размещения магазинов. Торговые точки расположены на первых этажах «Торговых Центров», которая находится в центре города и известны большому количеству людей. Таким образом, необходимая информация указана. Реклама распространяется у ограниченной аудитории в маленьком населенном пункте, где указанные магазины всем известны, не требуют размещения дополнительной информации. Из этого следует, что реклама не вводит в заблуждение, а следовательно, не нарушает законодательство. Состав правонарушения, указанный в ч.7 ст.5 ФЗ «О рекламе», отсутствует» (вх.№6427 от 19.04.2021г.).

В соответствии с п.1 ст.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.

Вышеуказанная информация содержит все правовые признаки рекламы:

- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования – формирование и поддержание интереса к нему, и его продвижение на рынке.

С учетом данных обстоятельств установлено, данная реклама была вынесена на обсуждение Экспертного Совета по применению законодательства РФ о рекламе при Башкортостанском УФАС России на предмет наличия непристойных и оскорбительных образов и отсутствия части существенной информации, вводящей в заблуждение потребителей рекламы. Членами Экспертного совета отмечено отсутствие в рекламе непристойных и оскорбительных образов, признано, что в указанной рекламе отсутствует часть существенной информации, что вводит потребителя в заблуждение.

В материалах дела от института конкурентной политики и регулирования рынков при НИУ «Высшая школа экономики» имеется экспертное заключение по вопросу соответствия рекламной информации, распространенной посредством ее размещения в рекламной газете «Пульс-М», положениям частей

6 и 7 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006г. №38-ФЗ «О рекламе»(вх.№10936 от 01.07.2021г.) согласно которой на основании проведенного исследования эксперты пришли к следующим основным выводам: «Анализируемая рекламная информация содержит непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения, на что указывают следующие обстоятельства. В результате лексико-семантического анализа слов «criminal» и «любовь», использованных в указанной рекламе в составе следующих фраз: «Для любви не нужен повод», «Скажи люблю сейчас», и, учитывая наличие изображения полуобнаженной девушки, которое занимает около 1/3 всей рекламной информации, анализируемая спорная реклама содержит заявления и изображения, нарушающие общепринятые нормы пристойности, морали, нравственности и этики. В связи с изложенным, авторы настоящего заключения считают, что анализируемая реклама не отвечает критериям пристойности, установленным в обществе, а для некоторых категорий граждан в силу религиозных, философских и иных убеждений может являться еще и оскорбительным, что свидетельствует о нарушении части 6 статьи 5 Закона о рекламе. Одновременно необходимо отметить, что для полноценной оценки степени этичности рекламной информации сточки зрения обычного потребителя следует провести опрос на территории соответствующего региона. При оценке рекламы, являющейся объектом настоящего исследования, на предмет наличия или отсутствия существенной информации о рекламируемом товаре, условиях его приобретения или использования с целью выяснения вопроса, искажается ли смысл информации и вводятся ли в заблуждение потребители рекламы (часть 7 статьи 5 Закона о рекламе) экспертами было учтено следующее обстоятельство. Информация, позволяющая определить объект рекламирования является существенной, в связи с чем её отсутствие может повлечь сложности при восприятии такой рекламы потребителем. В рассматриваемом случае в условиях неясности относительно объекта рекламирования и искажения смысла информации возможно введение потенциальных потребителей в заблуждение, что может свидетельствовать о признаках нарушения рекламодателем части 7 статьи 5 Закона о рекламе».

Таким образом, учитывая вышеизложенные обстоятельства, Комиссия приходит к выводу: в тексте рекламы нельзя выделить объект рекламирования, поскольку не указан вид реализуемого товара под фразой «criminal», к которому привлекается внимание.

Также необходимо отметить неясность связи приведенных в рекламе объектов рекламирования - фраз «criminal», «Для любви не нужен повод», «Скажи «Люблю» сейчас!» и изображения полуобнаженной девушки с воздушным шариком.

Согласно п. 2 ст. 3 Закона о рекламе объектом **рекламирования** является 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.

В п. 3 ст. 3 Закона о рекламе под товаром понимается продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Оценивая содержание рекламы - выражения, используемые в рекламе «criminal», «Для любви не нужен повод», «Скажи «Люблю» сейчас!» и изображения полуобнаженной девушки с воздушным шариком, следует признать, что до потребителя в рассматриваемом случае не была доведена существенная информация относительно предоставляемых услуг, позволяющая сделать определенный вывод о том, что именно рекламируется.

Таким образом, **отсутствие** в рекламе части существенной информации приводит к искажению смысла рекламы и способствует введению в заблуждение потребителей рекламы, что нарушает требования части 7 статьи 5 Закона о рекламе.

Комиссией Башкортостанского УФАС России по делу №002/05/5-557/2021 было принято решение: признать рекламу ненадлежащей, нарушающей ч.7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», исключить часть 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», ИП <...> выдать предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации «О рекламе»; передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Башкортостанского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении по ч.1 статьи 14.3 КоАП в отношении ИП <...>

Резолютивная часть решения оглашена на заседании Комиссии Башкортостанского УФАС России 23.07.2021г.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-48 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия,

### **РЕШИЛА:**

1. Признать ненадлежащей рекламу:



размещенной в рекламном-информационном еженедельнике «Пульс М» №3(598) от 11.02.2021г. на стр.5 нарушающей ч.7 ст.5 Федерального закона «О рекламе».

2. В соответствии с п.44 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, так как она должна соответствовать требованиям части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе»

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Управления для возбуждения административного дела по ч.1 ст.14.3 КоАП РФ в отношении ИП <...>

Решение изготовлено в полном объеме 05.08.2021г.

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

Председатель Комиссии

<...>

Члены Комиссии

<...>

<...>