

Резолютивная часть решения оглашена 09 июня 2022 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее – Комиссия) в составе:

Председателя Комиссии:

<...>;

Членов Комиссии:

<...>, <...>,

в отсутствие: <...> (610004, г. Киров); <...> (610021, г. Киров) – лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

рассмотрев материалы дела № 043/05/5-177/2022, возбужденного в отношении <...> (далее – <...>), <...> (далее – <...>) по признакам нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») по факту распространения рекламы сауны «Рай» и сауны «Распутин» на задней и боковых сторонах кузова транспортного средства (автомобиля) с государственным регистрационным знаком <...>,

### **УСТАНОВИЛА:**

в Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступили заявления МКУ «Городская реклама» от <...> № <...> (вх. № <...> от <...>), территориального Управления по Ленинскому району г. Кирова от <...> № <...> (вх. № <...> от <...>) по вопросу размещения рекламы следующего содержания: *«Только для мужчин\* от 195р/час\* такси оплатим\* сауна «Распутин»\* <...>\* сауна «Рай»\* <...>\* Жена «Еб\*\*т» мозги...к нам в сауну лети!»* с изображением полуобнаженных мужчин и женщины на задней и боковых сторонах кузова транспортного средства (автомобиля) с государственным регистрационным знаком <...>, припаркованного на автостоянке рядом с площадью Маршала Конева в г. Кирове.

Согласно информации, представленной операторами связи, абонентские номера <...>, <...> выделены в пользование <...>. Исходя из информации, представленной УМВД России по Кировской области, собственником транспортного средства с государственным регистрационным знаком <...>, на кузове которого распространена спорная рекламная информация, является <...>. В связи с чем, определением от 11.03.2022 было возбуждено дело № 043/05/5-177/2022 в отношении <...>, <...> по признакам нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» по факту распространения спорной рекламной информации. Рассмотрение дела назначено на 11.04.2022 в 14 часов 00 минут.

Определением от 11.04.2022 срок рассмотрения дела 043/05/5-177/2022 продлен до 10.06.2022. Рассмотрение дела отложено в связи с необходимостью получения от лиц, участвующих в деле, документов и сведений. Рассмотрение дела назначено на 09.06.2022 в 09 часов 00 минут.

<...>, уведомленный надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, на заседание комиссии не явился, представителя не направил, ходатайств не заявлял. Документы и сведения, запрошенные определением от 11.04.2022, не представил.

<...>, уведомленный надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела, на заседание комиссии по рассмотрению дела не явился, представителя не направил, ходатайств не заявлял. Документы и сведения, запрошенные определением от 11.04.2022, представил не в полном объеме.

В письме от <...> № б/н (вх. № <...> от <...>), направленном в адрес Кировского УФАС России, <...> сообщил, что распространение спорной рекламной информации прекращено, в подтверждение направил фото транспортного средства с государственным регистрационным знаком <...>.

Изучив имеющиеся в материалах дела № 043/05/5-177/2022 документы, Комиссия пришла к следующим выводам.

Кировским УФАС России установлено, что на задней и боковых сторонах кузова транспортного средства с государственным регистрационным знаком <...>, припаркованном на автостоянке рядом с площадью Маршала Конева, распространяется рекламная информация следующего содержания: *«Только для мужчин\* от 195р/час\* такси оплатим\* сауна «Распутин»\* <...>\* сауна «Рай»\* <...>\* Жена «ЕБ\*\*т» мозги...к нам в сауну лети!»* (акты фиксации рекламы от 15.01.2022, от 22.01.2022, от 17.02.2022).

Согласно пункту 1 статьи 3 Федерального 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.

Под объектом рекламирования понимается 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.

Информация: *«Только для мужчин\* от 195р/час\* такси оплатим\* сауна «Распутин»\* <...>\* сауна «Рай»\* <...>\* Жена «ЕБ\*\*т» мозги...к нам в сауну лети!»* обладает всеми юридически значимыми признаками рекламы, а именно:

- распространена на транспортном средстве (автомобиле) с государственным регистрационным знаком <...>;
- адресована неопределенному кругу лиц;
- направлена на привлечение внимания к объектам рекламирования, которыми

являются сауна «Рай» и сауна «Распутин».

В соответствии с частью 6 статьи 5 Федерального 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.

ФАС России в письме от 29.04.2013 № АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» разъяснила следующее:

«К бранным словам относятся нецензурные слова, а также слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления; 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.

Таким образом, данное положение Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения».

Реклама исходя из понятия, указанного в Федеральном законе «О рекламе», а также из ее целей, направлена на привлечение внимания потребителя к объекту рекламирования. Однако такой способ привлечения внимания потребителей, как использование бранных нецензурных слов, либо оборотов речи, где подразумевается их использование в завуалированном (прикрытом) виде является недопустимым с точки зрения норм морали и нравственности.

Спорная реклама содержит фразу: «Жена «Еб\*\*т» мозги...к нам в сауну лети!», в котором завуалировано бранное (нецензурное) слово, используемое в качестве ругательств или оскорбления. Также в рекламе присутствуют образы полуобнаженных мужчин и женщины. Данные образы нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Исходя из позиции Пленума ВАС РФ, изложенной в пункте 16 Постановления от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных специальных знаний, как правило, не требуется.

Согласно мнению членов Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Кировском УФАС России, высказанному на заседании 30.03.2022, указанная информация является рекламой сауны «Рай» и сауны «Распутин». Члены Экспертного совета единогласно решили, что бранное слово «еб\*\*т» однозначно читается («буква е выскочила, а точки остались»). Кроме того, указанная реклама содержит непристойные образы женщин («рекламируется только для мужчин, а

присутствуют изображения женщин»), в том числе изображается процесс курения кальяна вульгарно одетой женщиной между двумя оголенными мужчинами, которые на нее «заглядываются», что создает оскорбительный образ в отношении женского пола. Исходя из содержания и имеющихся графических изображений, реклама вызывает эмоциональное отторжение («реклама ужасная, пошлая, омерзительная»). Некоторыми членами Экспертного совета было выражено мнение, что такая реклама также оскорбляет чувства верующих, рекламируя сауну с наименованием «Рай» с использованием подобных вульгарных и непристойных образов, а также нецензурных слов.

В состав Экспертного Совета при Кировском УФАС России входят представители органов местного самоуправления, научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики, соответственно, в рассматриваемом случае их мнение принимается комиссией в качестве надлежащего доказательства квалификации информации в качестве рекламы, содержащей бранные слова и непристойные (оскорбительные) образы.

Таким образом, спорная реклама распространена с нарушением требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

На основании пункта 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно информации, представленной УМВД России по Кировской области письмом от <...> № <...> (вх. № <...> от <...>), собственником транспортного средства с государственным регистрационным знаком <...>, на котором распространялась спорная реклама, является <...>.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Согласно информации, представленной ПАО «Ростелеком» письмом от <...> № <...> (вх. № <...> от <...>), абонентский номер <...>, указанный в спорной рекламе, выделен <...>. В соответствии с информацией, представленной ПАО «МегаФон» письмом б/д б/н, абонентский номер <...>, указанный в спорной рекламной информации, также выделен <...>.

Таким образом, Комиссией Кировского УФАС России сделан вывод о том, что рекламодателем спорной рекламной информации является <...>, рекламодателем спорной рекламной информации является <...>.

На основании части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе», ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» несет рекламодатель.

Соответственно, <...>, являясь рекламодателем спорной рекламной информации, несет ответственность за нарушение требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В связи с неподтверждением в действиях <...> факта нарушения части 6 статьи 5

Федерального закона «О рекламе», производство по делу № 043/05/5-177/2022 в отношении данного лица подлежит прекращению.

Порядок выдачи антимонопольным органом предписаний о прекращении нарушения требований законодательства Российской Федерации о рекламе установлен Правилами рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденными Постановлением Правительства РФ от 24.11.2020 № 1922 (далее – Правила рассмотрения дел).

Согласно пункту 49 Правил рассмотрения дел при установлении факта нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе антимонопольный орган в целях прекращения дальнейшего нарушения выдает лицу, обязанному устранить выявленное правонарушение, предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Письмом от <...> № <...> (вх. № <...> от <...>) <...> в материалы дела представлены фотографии транспортного средства с государственным регистрационным знаком <...>, свидетельствующие об устранении нарушения. Кроме того, согласно информации, содержащейся в акте фиксации рекламы от 08.06.2022, составленном сотрудниками Кировского УФАС России, вышеуказанное транспортное средство отсутствует на автостоянке рядом с площадью Маршала Конева в г. Кирове. В связи с чем, у Комиссии не имеется оснований для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе.

Ответственность за рассматриваемое правонарушение предусмотрена частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, в отношении Перминова Максима Анатольевича.

Руководствуясь ст. 3, 5, 33 и 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38 - ФЗ «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42 – 47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия,