

Протокол заседания Экспертного совета по рекламе при Кировском УФАС России

05.06.2013 г.

г. Киров

Присутствовали:

Молчанов Артем Владимирович – руководитель Кировского УФАС России;

Созинова Альбина Игоревна – начальник отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России.

Позднякова Галина Викторовна;

Поздняков Андрей Васильевич – председатель независимого экспертно-квалификационного совета Кировского регионального отделения Союза дизайнеров России;

Низовских Нина Аркадьевна – доктор психологических наук, доцент кафедры практической психологии ВятГГУ;

Лицарева Ксения Станиславовна - кандидат филологических наук, доцент, декан филологического факультета Вятского государственного гуманитарного университета

Овчинников Антон Евгеньевич – ведущий специалист-эксперт Кировского УФАС России – секретарь экспертного совета по рекламе.

Молчанов: Давайте начнем наше заседание. Ряд вопросов, которые мы вынесли на совет связаны с конкретными делами, которые есть у нас на рассмотрении и мы хотим получить по этим вопросам квалифицированную точку зрения.

Созинова: Первый вопрос у нас по кредитной карте. В прошлом году у нас рассматривалось дело по Вятка-банку, они рекламировали кредитную карту. Реально на территории города никто не эмитирует кредитные карты. У них была расчетная карта и мы признали факт нарушения рекламного законодательства. Банк Хлынов рекламируя расчетную карту, все-таки указывает, что пользуйся кредитной картой, внизу указывает, что карта является расчетной. Банк Хлынов тоже не эмитирует кредитные карты. Как, по Вашему мнению будет ли эта информация вводить в заблуждение потребителей.

Низовских: На мой взгляд, да, может вводить в заблуждение, так как написано кредитная карта, а внизу написано, что карта является расчетной. По расчетным картам все другое и процент и т.д. Здесь еще интересно то, что активно пользуйся кредитной картой и получи подарок от банка Хлынов. Если ты будешь пользоваться кредитной картой ты не сразу получаешь подарок от банка Хлынов, а еще нужно поучаствовать в акции на каких-то условиях. Это мне не очень понравилось. Не видно, что написано внизу мелким шрифтом. При пользовании расчетной картой тоже выдается какой-то кредит, но если есть разница, то мое мнение, что эта реклама может вводить в заблуждение потребителей.

Молчанов: Возьмем позицию банков. Они говорят, в чем суть кредитной карты. Я получил пластиковый продукт и я знаю, что там есть лимит моего кредита. Я могу взять и рассчитаться и получить товар в кредит. Тем самым получаю по сути денежные средства от банка, которых у меня нет. А что на самом деле рекламируют и Вятка-банк и Хлынов банк в своих рекламных материалах – расчетную карту с выделенным лимитом кредитных средств. Банки говорят, что по сути по своим потребительским свойствам эта карта не отличается от кредитной. Позиция банка в чем, где введение в заблуждение потребителя относительно потребительских свойств.

Позднякова: Если мы воспринимаем наружную рекламу, я еду и смотрю этот щит. Я прочитала кредитная карта, и у меня сразу вопрос а проценты то каковы и никто не указал эти проценты. Я не смотрю прочитать информацию, что это карта является расчетной.

Созинова: А если эта реклама размещена в газете и Вы сможете прочитать эту информацию?

Позднякова: Любое кредитное средство – это средство полученное в долг нами. Мы должны знать под какой процент нам дают денежные средства.

Лицарева: Но ведь это же реклама. Тут больше вводит в заблуждение информация: Стань обладателем ноутбука и счастливая карта. То есть каждая ли карта будет счастливой.

Низовских: Правильно ли я поняла, что есть серьезное различие между кредитной картой и расчетной картой. Но почему тогда эти понятия в рекламе отождествляются. Если юридически это разные вещи, тогда нельзя так прописывать.

Молчанов: Вот у меня есть и кредитная карта и расчетная.

Поздняков: А расчетная это что зарплатная? Банки видимо ввели еще одну разновидность кредитной карты, которая называется расчетная.

Созинова: Но кредитная карта не пополняется.

Поздняков: Почему я пополняю.

Созинова: Кредитные карты у нас никто не имитирует, у нас у банков только расчетные.

Лицарева: Можно я спрошу, а что тут такого?

Низовских: Я так поняла, расчетная карта отличается от кредитной тем, что можно уйти в минус.

Созинова: Там могут быть мои деньги.

Лицарева: Мы с чего начали, что это прочитать невозможно, так о чем мы спорим.

Созинова: Это как один из вариантов, что текст не читается.

Позднякова: Не читается, а на фоне руки вообще не видно ничего. Получается, что каждый, кто приходит за кредитной картой получает ноутбук.

Поздняков: Мне кажется, для клиента все-равно какой картой он пользуется.

Лицарева: Надо четко разграничить расчетную карту от кредитной, в чем их отличия.

Низовских: Раз они отличается по своей природе, то они не должны были писать, что кредитная карта является расчетной.

Молчанов: Наверное, правильно определить сначала их потребительские свойства и исходя от это делать какие-то выводы.

Низовских: Почему они не написали пользуйся расчетной картой.

Молчанов: Я скажу, так как я встречался с представителями и Вятка-банк и банка Хлынов и они мне сказали, что люди понимают слово кредитная карта, люди не понимают расчетная карта с возможностью использования кредитных средств. У нас возникло два дополнительных факультативных вопроса в ходе обсуждения – это то, что связано с подарком, в какой форме это преподнесено и по поводу нечитаемости текста. С точки зрения того вводит ли в заблуждение потребителей относительно потребительских свойств, нам необходимо определить потребительские свойства каждой карты и сопоставить их.

Созинова: Следующая реклама, поступившая в рамках конкурса «Реклама и право» - это реклама «Автодоктор». Заявителю не понравилось, что используется образ врача в рекламе. Он считает, что женщина одета в порнографический костюм и он считает, что данный образ непристойный и оскорбительный. Я разговаривала с Гальцовым и он сказал, что реклама вызывает отторжение и ему даже не хочется идти в этот магазин.

Лицарева: А что порнографического в этом образе?

Молчанов: Хорошо, а что такое порнография?

Низовских: У меня такое мнение. Что касается первого вопроса, вызывает ли использованный образ женщины ассоциации с медицинским работником? Я ответила, что вызывает, потому что используется во-первых слово автодоктор, состоит из двух слов авто и доктор. Во-вторых, она держит фонендоскоп в руках. Также содержится изображение креста. Что касается вопроса по поводу порнографии. Толковый словарь иностранных слов определяет порнографию как изображение половых сношений в кино живописи, фотографии как самоцель, как без какой-либо физической или художественной направленности. В рекламе нет половых отношений, поэтому это не порнография. Что касается третьего вопроса, является ли образ женщины в рекламе непристойным и оскорбительным. Непристойный - это крайне предосудительный, совершенно недопустимый по неприличию,

бесстыдству. Неприличный – противоречащий правилам, установившимся в той или иной среде. Я считаю, что рекламировать таким образом не очень хорошо.

Лицарева: Вы говорите автодоктор, а кто видел этого автодоктора.

Низовских: Здесь есть ассоциации - слово доктор и фонендоскоп.

Позднякова: Что касается вопроса об ассоциации с медицинским работником. Нет, она у меня как раз вызывает ассоциацию фривольной барышни, никакого отношения к медицине не имеет. Порнографии здесь нет. Она вызывает оскорбительные и неприятные ощущения.

Молчанов: А что касается непристойности?

Поздняков: Если бы она совершала развратные действия с запчастями, то это было бы непристойно. Основные потребители данной рекламы – это мужчины в возрасте 25,35, 40 лет. Ничего неприличного и порнографического здесь нет.

Лицарева: Ничего порнографического и не пристойного в этой рекламе нет.

Созинова: Следующий вопрос по рекламе Максавто.

Низовских: Для меня эта реклама не так очевидна как предыдущая.

Созинова: Заявитель считает, что в данном случае нарушаются нравственные нормы.

Позднякова: Это реклама на грани пошлости.

Лицарева: Ничего непристойного в этой рекламе нет.

Созинова: Следующая реклама – это реклама Максифлора. Заявитель считает, что женщина изображена в непристойном и оскорбительном виде.

Позднякова: Эту рекламу непристойной я бы не назвал.

Созинова: Также заявитель считает, что потребитель может быть введен в заблуждение относительно того, какой товар рекламируется.

Лицарева: Там указано, что Максифлора и цветок, поэтому ни о каком введении в заблуждение не может идти речь.

Позднякова: Данную рекламу нельзя назвать оскорбительной.

Низовских: Все равно картинка неприятная.

Созинова: Следующая реклама, это реклама размещенная на сайте магазина «Инструмент». Заявитель считает, что в данной рекламе призыв к насилию и жестокости, что пила используется в качестве оружия.

Позднякова: Ничего ужасного в этой рекламе нет.

Лицарева: Призыва к насилию и жестокости в рекламе нет.

Поздняков: Никакого насилия и жестокости нет.

Созинова: Следующая реклама это товарный знак NIKE с указанием № 1 в мире. Возникает вопрос к чему относится информация № 1 к Сети спортивных магазинов «Спортландия» или к товарному знаку NIKE.

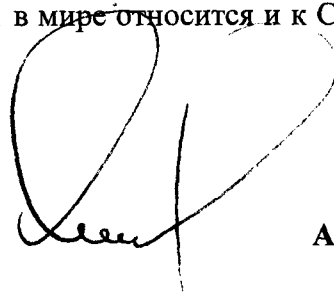
Позднякова: Я думаю к Найку, потому что Спортландия не может так о себе заявить.

Поздняков: Я думаю, что к Найку.

Лицарева: А почему Вы считаете, что к Найку? Я могу не знать, что это товарный знак Найка. Я бы сказала что и к Найку и к Спортландии.

Низовских: Я бы тоже сказала, что информация № 1 в мире относится и к Спортландии и к товарному знаку Найк.

Председатель



А.В.Молчанов

Секретарь



А.Е.Овчинников