

## ПОВЕСТКА

Заседания Экспертного совета по применению  
Законодательства о рекламе при Кировском УФАС России  
на 27.11.2014 года в 14 часов 00 минут.

1. Вступительное слово Председателя Экспертного совета.

2. В Кировское УФАС в рамках конкурса «Реклама и право» поступило заявление по признакам нарушения рекламного законодательства при размещении рекламы следующего содержания: «Клуб для настоящих мужчин Men's Club. Школьная вечеринка. Каждому имениннику – персональная скидка. В клубе действует накопительная система скидок. Т. 477-470, Московская, 4, [www.mens-club43.ru](http://www.mens-club43.ru)» в региональном рекламном-информационном издании/журнале (12+) «Бизнес Навигатор. Главное за неделю» от 26.05.14 г. № 20 (227). Вышеуказанная реклама сопровождается изображением юной девушки в школьной форме советского периода.

В соответствии с ч. 6 ст. 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.

Заявитель считает, что «Men's Club» является стриптиз-клубом, поэтому взаимосвязь образа юной девушки-школьницы с клубом, осуществляющим специфический вид деятельности, непристойным поведением, стриптизмом является аморальным и безнравственным. Учитывая, что вышеуказанный журнал издается с категорией (12+), такая информация (реклама 18+) способна нанести вред здоровью и нормальному развитию детей. Так же в заявлении указано, что эксплуатация сексуальной привлекательности женского тела обесценивает саму женскую сущность, из которой изымается интимность и красота, достоинство и честь, представляет женщину не как личность, а как объект манипуляций, сексуальных притязаний, что противоречит устоявшимся в обществе нормам нравственности и морали.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующий вопрос:

- можно ли рассматривать изображенный в рекламе образ девушки в совокупности с объектом рекламирования, как непристойный и оскорбительный?

- может ли рассматриваемый образ девушки нанести вред здоровью и нравственному развитию детей.

3. В Кировское УФАС в рамках конкурса «Реклама и право» поступило заявление по признакам нарушения рекламного законодательства при размещении на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. Андрея Упита, 5а, ТЦ «Красная Горка» информации в виде прямоугольного баннера туристического агентства Мадагаскар следующего содержания: «Твой самый яркий отдых. Турагентство Мадагаскар».

В соответствии с ч. 1 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются. Согласно п. 1 ч. 3 ст. 5 недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые

произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

В Постановлении Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 N 58 "О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона "О рекламе" указано, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

В связи с этим использование в рекламе сравнительной характеристики объекта рекламирования с иными товарами, например путем употребления слов "лучший", "первый", "номер один", должно производиться с указанием конкретного критерия, по которому осуществляется сравнение и который имеет объективное подтверждение.

Поэтому реклама, не сопровождаемая таким подтверждением, должна считаться недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами (пункт 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе).

Заявитель считает, что вышеуказанная информация, содержащая фразу «самый яркий», при отсутствии доказательств такого утверждения, распространяется с нарушением рекламного законодательства.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующий вопрос:

- носит ли информация следующего содержания: «Твой самый яркий отдых. Турагентство Мадагаскар» рекламный характер, если да, то усматриваются ли признаки нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» (недостоверная реклама)?

4. . В Кировское УФАС в рамках конкурса «Реклама и право» поступило заявление по признакам нарушения рекламного законодательства при размещении рекламы табачной продукции Pall Mall в виде плаката, в котором содержится призыв купить сигареты этой марки и получить возможность выиграть автомобиль: «Купи Pall Mall и выиграй!» внутри торгового павильона «Людмила» по адресу: г. Киров, перекресток улицы Свободы и улицы Пролетарской.

В соответствии с ч. 8 ст. 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий и курительных принадлежностей, в том числе трубок, кальянов, сигаретной бумаги, зажигалок.

Так же в п. е ч. 1 ст. 16 Федерального закона от 23.02.2013 N 15-ФЗ "Об охране здоровья граждан от воздействия окружающего табачного дыма и последствий потребления табака" указано, что в целях сокращения спроса на табак и табачные изделия запрещается организация и проведение мероприятий (в том числе лотерей, конкурсов, игр), условием участия в которых является приобретение табачных изделий;

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующий вопрос:

- является ли вышеуказанная информация рекламой табачной продукции?
- имеется ли призыв в покупке сигарет марки «Pall Mall»?

5. В Кировское УФАС поступило заявление с просьбой рассмотреть информацию: «Бумага. Канцтовары», размещенную в виде прямоугольного баннера, по адресу: г. Киров, ул. Лепсе, д. 42 и дать письменное мнение носит ли данная вывеска рекламный характер.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующий вопрос:

- является ли вышеуказанная информация рекламной?

6. В Кировское УФАС поступило заявление с просьбой рассмотреть информацию: «café Palazzo. Мы открылись! Ролл филадельфия, Пицца гавайская, Паста Фетучини с брокколи и шампиньоном, бизнес - ланч», размещенную в виде прямоугольного баннера, по адресу: г. Киров, ул. Лепсе, д. 42 и дать письменное мнение носит ли данная вывеска рекламный характер.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующий вопрос:

- является ли вышеуказанная информация рекламной?

7. В Кировское УФАС поступило заявление с просьбой рассмотреть модуль проекта информационного указателя жилого микрорайона: «Елки Park, указатель на 300 м. под управлением фонда Российского строительства», размещенную в форме объемной елки из пластика, по адресу: г. Киров, ул. Лепсе, д. 42 и дать письменное мнение носит ли данная вывеска рекламный характер.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующий вопрос:

- является ли вышеуказанная информация рекламной?

8. В Кировское УФАС России поступили заявления ООО «Технические средства охраны» и ООО «Регионстройкомплект» о нарушении антимонопольного законодательства ООО «Аргус» путем распространения недостоверной информации, порочащей деловую репутацию заявителей.

В соответствии с пунктом 1 части 1 статьи 14 Федерального закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция, в том числе, распространение ложных, неточных или искаженных сведений, которые могут причинить убытки хозяйствующему субъекту либо нанести ущерб его деловой репутации.

- Может ли содержание писем ООО «Аргус» от 24.12.2012 г. № 678 и от 05.11.2013 г. вх. № 484 негативно повлиять на деловую репутацию ООО «Технические средства охраны» и ООО «Регионстройкомплект»?

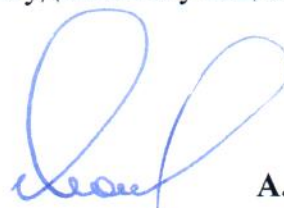
-Может ли распространение данных писем содержать акт недобросовестной конкуренции по отношению к ООО «Технические средства охраны» и ООО «Регионстройкомплект»?

9. Подведение итогов конкурса «Реклама и Право», определение победителей конкурса.

Приложение: 1. Положение о конкурсе студентов и учащихся «Реклама и право».

2. Информация о номинантах конкурса студентов и учащихся «Реклама и право».

**Председатель Экспертного Совета**



**А.В.Молчанов**

**Секретарь**



**М.А. Коробейникова**