

ПОВЕСТКА
Заседания Экспертного совета по применению
Законодательства о рекламе при Кировском УФАС России
на 28.09.2016 года в 15 часов 00 минут.

1. Вступительное слово Председателя Экспертного совета.

2. На рассмотрении Кировского УФАС России находится заявление физического лица о нарушении рекламного законодательства. Предметом рассмотрения является реклама алкогольного магазина на обложке рекламно-информационного издания «Бизнес Навигатор» от 29.02.2016 года № 8 (316) следующего содержания: «Пятница» возле «Пятерочки» X5 Retail Group запустила сеть алкогольных магазинов».

На обложке указанного рекламно-информационного издания изображена девушка, выбирающая алкоголь (шампанское).

В соответствии с ч. 1 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») реклама алкогольной продукции не должна использовать образы людей и животных, в том числе выполненные с помощью мультипликации (анимации).

В соответствии с п. 1 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться в периодических печатных изданиях, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов.

В соответствии с ч. 3 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления, причем такому предупреждению должно быть отведено не менее чем десять процентов рекламной площади (пространства).

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?
- является ли представленная информация рекламой алкогольной продукции?

3. На рассмотрении Кировского УФАС России находится заявление физического лица и заявление Отделения по Кировской области Волго-Вятского главного управления Центрального банка Российской Федерации о нарушении рекламного законодательства. Предметом рассмотрения является реклама Кредитного потребительского кооператива «Дело и деньги». Предметом рассмотрения является реклама, размещенная в газете «Источник новостей» № 19 (479) от 07.05.2016 года на стр. 7, рекламно-информационном издании «PRO Город» от 13.05.2016 года на стр. 11, а также в рекламном ежемесячном издании «Каталога покупок «7я» № 5 за май 2016 года на стр. 138 следующего содержания: «Сбережения до 21 % годовых. КРЕДИТНЫЙ КЛУБ ДЕЛО И ДЕНЬГИ. Куда вложить деньги, чтобы получать хорошие проценты? <...>», в тексте статьи мелким шрифтом указано: «Услуги предоставляются членам КПК «Дело и Деньги». <...> Компания действует на основании ФЗ №190 «О кредитной кооперации», является членом СРО – Некоммерческое партнерство «Межрегиональный союз кредитных кооперативов «Опора кооперации», реестровый номер № 373. Сбережения защищены».

Согласно положениям документов Некоммерческого партнерства «МСКК «Опора кооперации», членом которого является КПК «Дело и Деньги», ставка по сбережениям не может превышать 20,68 %. Вместе с тем, в рекламе крупным шрифтом указана ставка «до 21%», что, по мнению заявителей, вводит потребителей в заблуждение относительно максимального процента по сбережениям.

Кроме того, статья содержит указание крупным шрифтом на организацию, осуществляющую деятельность по привлечению денежных средств – «КРЕДИТНЫЙ КЛУБ ДЕЛО И ДЕНЬГИ». Организация с указанным наименованием не внесена в реестры некредитных финансовых организаций, имеющих право осуществлять финансовую деятельность. По звучанию указанное наименование сходно с наименованием КПК «Кредитный клуб «Дело и Деньги» (ОГРН 1124345027157, ИНН 43453445920), не имеющего права привлечения денежных средств денежных средств пайщиков с 29.07.2015 года в связи с исключением из членов СРО.

Дополнительно необходимо отметить, что внизу рекламы более мелким шрифтом указаны как максимальный размер процентной ставки – 20,68% годовых, так и наименование организации – КПК «Дело и Деньги».

Согласно ч. 7 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» 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 потребитель рекламы.

Согласно п. 20. ч. 3 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения об изготовителе или о продавце рекламируемого товара.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?
- вводятся ли потребители в заблуждение относительно размера ставки по сбережениям?
- вводятся ли потребители в заблуждение относительно наименования организации, предоставляющей финансовые услуги?

4. Кировским УФАС России была зафиксирована информация, размещенная на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. Московская, 181, следующего содержания: «Свежее чешское пенное от 70 р.».

В соответствии с п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?
- является ли представленная информация рекламой алкогольной продукции?

5. Кировским УФАС России была зафиксирована информация, размещенная на фасаде здания по адресу: г. Киров, ул. Попова, 10, следующего содержания: «Косим цены 55 руб. пенный напиток» с изображением бокалов со светлым пенным напитком.

В соответствии с п. 5 ч. 2 ст. 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), монтируемых и располагаемых на крышах, внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, строений, сооружений или вне их.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?
- является ли представленная информация рекламой алкогольной продукции?

6. На рассмотрении Кировского УФАС России находится заявление ООО «Фемида» о нарушении рекламного и антимонопольного законодательства. Предметом рассмотрения является аудиоролик, транслируемый на радиостанции «Авторadio» следующего содержания: «Информация для предпринимателей и руководителей. В Вятских Полянах и Вятскополянском районе появились мошенники, которые представляются сотрудниками частного охранного предприятия «Альфа» и других охранных предприятий. Они предлагают незаконно перезаключать новые договора на охрану вашего имущества и объектов. Внимание, в случае поступления к вам подобного предложения, звонить по телефону 7-03-19 или 6-08-02, повторяю 7-03-19 или 6-08-12».

По мнению заявителя, данная реклама вводит в заблуждение потребителей и причиняет ущерб другим охранным предприятиям.

Согласно части 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

В соответствии с пунктами 1, 2, 4 части 2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами; порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента; является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Согласно пункту 9 статьи 4 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» недобросовестная конкуренция - любые действия хозяйствующих субъектов (группы лиц), которые направлены на получение преимуществ при осуществлении предпринимательской деятельности, противоречат законодательству Российской Федерации, обычаям делового оборота, требованиям добропорядочности, разумности и справедливости и причинили или могут причинить убытки другим хозяйствующим субъектам - конкурентам либо нанесли или могут нанести вред их деловой репутации.

В соответствии со статьей 14.2 Федерального закона «О защите конкуренции» не допускается недобросовестная конкуренция путем введения в заблуждение.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?
- вводит ли данная информация потребителей в заблуждение?
- если вводит в заблуждение, то относительно какой категории товара?
- содержит ли данная информация некорректные сравнения товаров (услуг) ЧОП «Альфа» с товарами (услугами) иных охранных предприятий?
- может ли данная информация порочить честь, достоинство или деловую репутацию конкурентов ЧОП «Альфа»?
- создает ли распространение данной информации преимущество для ЧОП «Альфа» при осуществлении предпринимательской деятельности?

7. Определение победителей конкурса студентов и учащихся «Реклама, конкуренция и право».

8. Определение победителей конкурса детского рисунка «РЕКЛАМА И КОНКУРЕНЦИЯ ГЛАЗАМИ ДЕТЕЙ».

Председатель Экспертного Совета



М.Л. Никонова

Секретарь



В.Д. Широкова