

Протокол заседания Экспертного совета по рекламе при Кировском УФАС России

28.03.2017 г.

г. Киров

Присутствовали:

1. Метелева Наталья Валериевна – начальник отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России;
2. Новикова Алевтина Николаевна – главный специалист – эксперт отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России;
3. Лицарева Ксения Станиславовна – кандидат филологических наук, доцент, декан филологического факультета ВятГУ;
4. Тимшин Вадим Алексеевич – кандидат философских наук, зав. кафедрой филологии, журналистики и интегрирующих коммуникаций ВятГУ;
5. Позднякова Галина Викторовна – член Союза дизайнеров России;
6. Поздняков Андрей Васильевич – председатель независимого экспертно-квалификационного совета Кировского регионального отделения Союза дизайнеров России;
7. Коваленко Станислав Викторович – директор МКУ «Городская реклама».
8. Медведева Ирина Валерьевна – декан дневного отделения Московского финансово – юридического университета (Кировский филиал), председатель Кировского отделения Союза дизайнеров России;
9. Обжерин Алексей Аркадьевич – руководитель Профессионального Клуба маркетологов Кировской области;
10. Караваев Николай Викторович – заведующий кафедрой гражданского права и процесса Волго-Вятского института (филиала) Университета имени О. Е. Кутафина (МГЮА), кандидат юридических наук, доцент, Почетный работник высшего профессионального образования Российской Федерации;
11. Питиримова Мария Юрьевна, студентка Волго-Вятского института (филиала) ФГБОУ ВПО «Московский государственный юридический университет имени О. Е. Кутафина (МГЮА)»;
12. Халтурина Валерия Владимировна – специалист 1 разряда Кировского УФАС России – секретарь экспертного совета по рекламе.

1. На рассмотрении Кировского УФАС России находится заявление физического лица о нарушении рекламного законодательства. Предметом рассмотрения является реклама следующего содержания: *«Релакс – студия <...>» приглашает в удивительное путешествие по эрогенным зонам Вашего тела! В самом центре города: <...> Предъявителю купона скидка 10% <...>»,* размещенная в печатном издании «Народные страницы» (№2 (367) от 16.01.2017 г.) с использованием образа женщины в нижнем белье.

В соответствии с ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «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.

В соответствии с п. 5 ч. 4 ст. 5 Федерального закона «О рекламе», реклама не должна содержать информацию порнографического характера.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?

- является ли реклама, с использованием образа полуобнаженной женщины в совокупности с текстом рекламы непристойной и оскорбительной?
- создается ли впечатление, что реклама содержит сведения порнографического характера?

Решение Экспертного Совета: члены Экспертного Совета пришли к выводу о том, что вышеуказанная информация носит рекламный характер. Члены Экспертного Совета пришли к выводу о том, что рекламная информация не содержит сведений порнографического характера и не является непристойной и оскорбительной. Было высказано мнение о том, что реклама является пошлой и неэтичной, также неясен объект рекламирования, что может вводить потребителя в заблуждение.

2. В Кировское УФАС России поступили обращения физических лиц, перенаправленные Прокуратурой Ленинского района г. Кирова (вх. №1285,1286 от 28.02.17 г., № 1572 от 13.03.2017 г.) по поводу распространения рекламных листовок следующего содержания: *«Единый Городской Центр Обслуживания ЖКХ. Телефон<...>. Повторное уведомление № 387748-75-552 от 13.02.2017 г. Уважаемый абонент! Доводим до Вашего сведения, что приборы учета воды, установленные в Вашей квартире, имеют межпроверочный интервал и нуждаются в метрологической проверке. На основании этого обращаем Ваше внимание на утвержденный график проведения коллективной проверки приборов учета воды в Вашем доме. Работы по проверке будут проводиться с 13 февраля по 13 марта 2017 года. В целях соблюдения нормативов пользования приборами учета воды и дальнейшей эксплуатации, предлагаем Вам обратиться для оформления заявки на процедуру проверки по телефону <...>. Напоминаем Вам, что согласно Федеральному Закону от 26.06.2008 г. № 102-ФЗ «Об обеспечении единства измерений», а так же Постановлению Правительства РФ от 06.05.2011 г. № 354, индивидуальные приборы учета воды должны пройти обязательную метрологическую проверку, без проведения которой приборы считаются непригодными для учета водопотребления. Таким образом, во избежание начисления платы за потребление воды по общему нормативу, а так же в целях соблюдения требований Федерального Закона, Вам необходимо согласовать дату и время процедуры проверки приборов учета воды (в случае истечения межпроверочного интервала) по телефону <...>».*

В соответствии с 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 вводятся в заблуждение потребители рекламы.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?
- создается ли впечатление, что Единый Городской Центр Обслуживания ЖКХ – это единственная официальная компания, уполномоченная проводить процедуру проверки и замены счетчиков?
- вводит ли данная информация потребителей в заблуждение относительно обязательности заказа предлагаемых услуг?

Решение Экспертного Совета: члены Экспертного Совета единогласно пришли к выводу о том, что вышеуказанная информация носит рекламный характер, вводит потребителя в заблуждение относительно обязательности заказа предлагаемых услуг и создает впечатление, что Единый Городской Центр Обслуживания ЖКХ – это единственная официальная компания, уполномоченная проводить процедуру проверки и замены счетчиков. Члены Экспертного Совета высказали мнение о том, что листовки со спорной рекламной информацией эксплуатируют форму официального платежного документа. Обращение «уважаемый абонент», указанное в спорной рекламной информации, создает впечатление о том, что между потребителем и Единым Городским Центром Обслуживания ЖКХ имеются договорные отношения, обязывающие проводить процедуру проверки и замены счетчиков,

так как согласно ст. 429.4 Гражданского кодекса Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ, договором с исполнением по требованию (абонентским договором) признается договор, предусматривающий внесение одной из сторон (абонентом) определенных, в том числе периодических, платежей или иного предоставления за право требовать от другой стороны (исполнителя) предоставления предусмотренного договором исполнения в затребованных количестве или объеме либо на иных условиях, определяемых абонентом.

Спорная реклама имеет элементы манипуляции сознанием потребителя, следовательно, вводит в заблуждение, так как потребитель, который подвергается манипуляции, не может объективно оценивать рекламу. Также членами Экспертного Совета было отмечено, что распознать организацию, предоставляющую услуги по поверке и замене счетчиков с помощью штрих-кода, указанного в спорной рекламе невозможно.

3. Кировским УФАС России была зафиксирована информация, размещенная на фасаде здания по адресу: г. Уржум, ул. Рокина, д. 8, следующего содержания: «КАПУСТА. Самая денежная сеть».

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?

Решение Экспертного Совета: члены Экспертного Совета единогласно пришли к выводу о том, что вышеуказанная информация носит рекламный характер, так как фраза «самая денежная сеть» побуждает потребителя к действию по приобретению товаров и услуг, следовательно, вызывает интерес, что и является конечной целью рекламы.

4. На рассмотрении Кировского УФАС России находится обращение общественной организации «Объединение предприятий наружной рекламы и информации» по вопросу получения мнения антимонопольного органа относительно информации следующего содержания: «Империал. Больше, чем ломбард. Первая городская сеть комиссионных магазинов», планируемой к размещению.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?

Решение Экспертного Совета: члены Экспертного Совета единогласно пришли к выводу о том, что вышеуказанная информация носит рекламный характер, так как фраза «больше чем ломбард» - это сравнительная характеристика и оценочная категория, которая присуща рекламе. Также спорная рекламная информация может вводить потребителя в заблуждение относительно перечня оказываемых услуг (ломбард, комиссионный магазин).

5. Определены победители конкурса студентов и учащихся «Реклама, конкуренция и право».

6. Распределены места в списке «Топ 10 худших реклам 2016 г.», зафиксированных на территории Кировской области в 2016 г.

И.о Председателя



Н.В. Метелева

Секретарь



В.В. Халтурина

