

ПРОТОКОЛ
заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе
при Управлении Федеральной антимонопольной службы
по Кировской области

05.07.2017г.

г. Киров

Дата, время проведения: 05.07.2017, 14 часов 00 минут;

Место проведения: г. Киров, ул. К. Либкнехта, д. 55, Кировское УФАС России.

Председательствовал:

МЕТЕЛЕВА
Наталья Валерьевна

начальник отдела финансовых рынков и рекламы
Кировского УФАС России;

Присутствовали:

МЕДВЕДЕВА
Ирина Валерьевна

декан дневного отделения Московского финансово –
юридического университета (Кировский филиал), член
Союза дизайнеров России;

НИЗОВСКИХ
Нина Аркадьевна

доктор психологических наук, доцент кафедры
практической психологии Вятского государственного
университета;

ПОЗДНЯКОВА
Галина Викторовна

председатель Кировского регионального отделения
Союза дизайнеров России;

КОВАЛЕНКО
Станислав Викторович

директор МКУ «Городская реклама»;

КАРАВАЕВ
Николай Викторович

доцент кафедры гражданского права и процесса
Волго – Вятского института (филиала)
Университета имени О.Е.Кутафина (МГЮА);

ЛИЦАРЕВА
Ксения Станиславовна

кандидат филологических наук, доцент, декан
филологического факультета Вятского
государственного университета;

ПОЗДНЯКОВ
Андрей Васильевич

председатель независимого экспертно – квалификационного
совета Кировского регионального отделения Союза
дизайнеров России;

ОБЖЕРИН

Алексей Аркадьевич

руководитель профессионального Клуба маркетологов Кировской области;

ТИМШИН

Вадим Алексеевич

кандидат философских наук, заведующий кафедрой филологии, журналистики и интегрирующих коммуникаций Вятского государственного университета;

КАРАЧЕВА

Екатерина Сергеевна

специалист 1 разряда отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России – секретарь Экспертного Совета.

ПОВЕСТКА ДНЯ:

1. Вступительное слово Председателя Экспертного совета.

2. На рассмотрении Кировского УФАС России находится заявление МКУ «Городская реклама» о возможном нарушении рекламного законодательства. Предметом рассмотрения является реклама радио «Мария» следующего содержания: «НАМ 23 ГОДА! ЗАКАЧАЕШЬСЯ! МАРИЯ – радио нашего города» с использованием образа С.М. Кирова, который изображен сидящим в кресле-качалке, размещенная на фасаде здания, находящегося по адресу: г. Киров, ул. Карла Маркса, д. 56.

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.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?
- является ли изображение С.М. Кирова, сидящего в кресле-качалке, в совокупности с фразами «ЗАКАЧАЕШЬСЯ» оскорбительным?

Выступили: Позднякова Г.В., Тимшин В.А., Низовских Н.А., Поздняков А.В., Караваев Н.В., Медведева И.В., Обжерин А.А., Метелева Н.В.

Решили: члены Экспертного Совета единогласно пришли к мнению о том, что вышеуказанная информация носит рекламный характер, поскольку идентифицирует рекламодателя. Относительно второго вопроса мнения разделились. С одной стороны, в рекламе используется изображение памятника С.М.Кирова, являющегося символом нашего города, к которому отнеслись достаточно пренебрежительно, что может являться оскорбительным для жителей г. Кирова. С другой стороны, спорное изображение выполнено в свободной форме с юмористическим подтекстом, в котором нет явного оскорбления. Было высказано мнение о возможном нарушении прав на использование изображения личности С.М.

Кирова. Все члены Совета сошлись во мнении, что данная реклама является «некачественным креативом», которая портит облик нашего города.

3. Кировским УФАС России была зафиксирована информация следующего содержания «350 руб.» с изображением дымящегося кальяна, размещенная на фасаде здания, находящегося по адресу: г. Киров, ул. Ленина, д. 87.

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.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?
- является ли представленная информация рекламой кальянов?

Выступили: Позднякова Г.В., Тимшин В.А., Поздняков А.В., Лицарева К.С., Низовских Н.А., Коваленко С.В., Обжерин А.А., Караваев Н.В., Медведева И.В., Метелева Н.В.

Решили: члены Экспертного Совета единогласно пришли к мнению о том, что вышеуказанная информация носит рекламный характер, в которой объектом рекламирования являются кальяны. В данном случае наличие цены товара в совокупности с изображением дымящегося кальяна создают побуждающие мотивы для приобретения данного товара. Данная реклама привлекает внимание потребителей. Также отметили, что такая реклама может вводить в заблуждение относительно предмета, предлагаемого к продаже – товар или услуга.

4. В Кировское УФАС России поступило обращение прокуратуры Первомайского района г. Кирова о возможном нарушении рекламного законодательства при размещении рекламы следующего содержания: «ДЕНЬГИ! ПОД ЗАЛОГ БЕЗ БАНКОВ! (консультации) ООО «ВЯТКА ЗАЙМ»...469595» в печатном издании газете «Мой PRO ГОРОД» № 1 (1) от 18.11.2016 г.

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?
- может ли создаться впечатление о том, что ООО «Вятка Займ» выдает деньги под залог, поскольку первым делом потребитель видит информацию, указанную крупным шрифтом?
- может ли вводить данная информация потребителей в заблуждение относительно услуг, оказываемым ООО «Вятка Займ»?

Выступили: Тимшин В.А., Лицарева К.С., Позднякова Г.В., Низовских Н.А., Поздняков А.В., Коваленко С.В., Обжерин А.А., Медведева И.В., Караваев Н.В., Метелева Н.В.

Решили: члены Экспертного Совета пришли к мнению о том, что вышеуказанная информация носит рекламный характер. Большинство отметили, что реклама создает впечатление о возможности ООО «Вятка Займ» оказывать услуги по выдаче займов. Наличие восклицательного знака после слова «деньги» может быть расценено как призыв к получению денежных средств у Общества. Потребитель в первую очередь обращает внимание на крупный шрифт, используемый с целью выделения чего-либо, которым прописаны слова «деньги под залог без банков», «ООО «Вятка Займ». Указание в рекламе мелким шрифтом слова «консультация» в скобках может быть расценено как предложение дополнительной, не основной, услуги ООО «Вятка Займ», либо для «маскировки рекламы незаконного вида деятельности». Первая реакция после прочтения рекламы – выдаются деньги под залог. Вышеуказанная информация может вводить потребителя в заблуждение относительно объекта рекламирования.

5. В Кировское УФАС России поступили материалы Слободской межрайонной Прокуратуры по вопросу размещения в рекламно-информационном издании «Центр Города» № 12 (383) от 31.03.2017 г. на 5 странице рекламного модуля следующего содержания: «Новостройка в Слободском. ул. Советская, д. 47-а. + 1 000 руб./м². Получистовая отделка (стяжка, штукатурка, шпаклевка, электропроводка). 28 000* руб. за м²* цена действительна до 01.05.17г. Срок сдачи 3 квартал 2017. Отдел продаж ул. Советская, д. 47 (8332) 208-568. Бронируй! Realty Group. <...>», которая содержит признаки нарушения части 7 статьи 28 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 7 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, должна содержать сведения о месте размещения проектной декларации, предусмотренной федеральным законом, фирменное наименование (наименование) застройщика либо указанное в проектной декларации индивидуализирующее застройщика коммерческое обозначение. Реклама, связанная с привлечением денежных средств участников долевого строительства для строительства (создания) многоквартирных домов и (или) иных объектов недвижимости, может содержать коммерческое обозначение, индивидуализирующее объект (группу объектов) капитального строительства (в случае строительства многоквартирных домов - наименование жилого комплекса), если такое коммерческое обозначение (наименование жилого комплекса) указано в проектной декларации.

В данной рекламе содержится информация: «Застройщик ООО «КАПСТРОЙ» ИНН... ОГРН... Проектная декларация и разрешение на строительство на сайте...», напечатанная белым мелким шрифтом, при этом вся информация кроме ссылки на сайт напечатана таким образом, что информация не читаема.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли спорная информация следующего содержания «Застройщик ООО «КАПСТРОЙ» ИНН... ОГРН... Проектная декларация и разрешение на строительство на сайте...», размещенная в нижней части рекламы читаемой для потребителей (читателей газеты)?

Выступили: Позднякова Г.В., Низовских Н.А., Тимшин В.А., Обжерин А.А., Поздняков А.В., Лицарева К.С., Коваленко С.В., Караваев Н.В., Медведева И.В., Метелева Н.В.

Решили: члены Экспертного Совета после осмотра оригинала печатного издания единогласно ответили, что реклама не читаема. Отметили, что обратили внимание на наличие текста внизу рекламного модуля только после того, как представитель антимонопольного органа указал на него.

6. Кировским УФАС России была зафиксирована информация следующего содержания: «Самое популярное кафе. Очень вкусное место нашего города. Кальяны на любой вкус. тел.: 475-475», размещенная в окнах дома, находящегося по адресу: г. Киров, ул. Ленина, дом 73.

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.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- является ли вышеуказанная информация рекламой?

- является ли представленная информация рекламой кальянов?

Выступили: Низовских Н.А., Позднякова Г.В., Коваленко С.В., Тимшин В.А., Поздняков А.В., Медведева И.В., Лицарева К.С., Обжерин А.А., Караваев Н.В., Метелева Н.В.

Решили: абсолютное большинство членов Экспертного Совета пришли к выводу, что данная информация является рекламой. Наличие фраз «очень вкусное место», «на любой вкус»,

а также изображение «довольного» кота привлекают внимание и побуждают потребителя зайти в заведение и попробовать предлагаемые товары. По мнению членов Экспертного Совета объектом рекламирования являются, в том числе кальяны, поскольку в привязке к слову «кальяны» реклама содержит оценочное понятие «на любой вкус», характеризующее основной признак рекламы - привлечение внимания потребителя к рекламируемому товару. Было высказано единичное мнение о возможности отнесения данных сведений к информационным.

7. Дополнительно в повестку был включен следующий вопрос. На рассмотрении Кировского УФАС России находится заявление физического лица о возможном нарушении рекламного законодательства при проведении торговым центром «Вятка-ЦУМ» акции «Звездный шопинг».

Согласно ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 N 38-ФЗ "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 следующий вопрос:

- учитывая, что наименование некоторых магазинов представляет собой родовое понятие (например, «Предметы интерьера», «Галантерея», «Товары для дома», «Посуда» и проч.) может ли список магазинов-участников акции «Звездный шопинг» в таком виде, как он представлен на макете и сайте (без указания конкретного юридического лица/индивидуального предпринимателя, который осуществляет свою деятельность в указанном магазине торгового центра «Вятка - ЦУМ») ввести в заблуждение потребителя?

Выступили: Поздняков А.В., Лицарева К.С., Коваленко С.В., Медведева И.В., Позднякова Г.В., Тимшин В.А., Низовских Н.А., Обжерин А.А., Караваев Н.В., Метелева Н.В.

Решили: по мнению членов Экспертного Совета реклама не вводит в заблуждение: указаны названия магазинов, которые понимаются однозначно; в ЦУМе у входа в каждый магазин размещено его название. Соответственно покупатель может однозначно определить, какой из магазинов является участником рекламируемой акции и, соответственно, принять решение о возможности участия в ней.

И.о. председателя Экспертного Совета



Н.В.Метелева

Секретарь Экспертного Совета



Е.С.Карачева

