

**ПОВЕСТКА**  
**Заседания Экспертного совета по применению**  
**Законодательства о рекламе при Кировском УФАС России**  
**на 13.12.2017 года в 15 часов 30 минут.**

1. Вступительное слово Председателя Экспертного совета.

2. На территории Кировской области распространяется реклама следующего содержания: «Мы пашем на Менделеева ТСК «Мотор» Единственный официальный дилер ОАО «МТЗ» в Кирове! ул. Менделеева, 4 т. 512-840», в том числе, размещенная на рекламной конструкции на трассе Киров-Слободской, возле деревни Шихово.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 6 статьи 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.

**Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:**

- Является ли вышеуказанная информация рекламой?
- Является ли используемый в данной рекламе образ Дмитрия Ивановича Менделеева оскорбительным, принижающим значимость его личности как известного ученого?

3. В Кировское УФАС России поступили материалы Кирово-Чепецкой городской прокуратуры о нарушении рекламного законодательства при размещении на здании по адресу: г. Кирово-Чепецк, ул. Ленина, д.42, информации следующего содержания: «Комиссионный магазин т. 8-919-524-87-88 2-й этаж Индивидуальный подход к каждому клиенту Бытовая техника Электроинструмент Электротехника Автомобили ЛОМБАРДЪ».

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

В соответствии с частью 13 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама услуг по предоставлению потребительских займов лицами, не осуществляющими профессиональную деятельность по предоставлению потребительских займов в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)".

Пунктом 5 части 1 статьи 3 Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)" установлено, что профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов - это деятельность юридического лица или индивидуального предпринимателя по предоставлению потребительских займов в денежной форме, осуществляемая за счет систематически привлекаемых на возвратной и платной основе денежных средств и (или) осуществляемая не менее чем четыре раза в течение одного года (кроме займов, предоставляемых работодателем работнику, и иных случаев, предусмотренных федеральным законом).

При этом согласно статье 4 Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)" профессиональная деятельность по предоставлению потребительских займов некредитными финансовыми организациями осуществляется в случаях, определенных федеральными законами об их деятельности.

Такой порядок деятельности установлен Федеральными законами "О ломбардах", "О кредитной кооперации", "О микрофинансовой деятельности и микрофинансовых организациях", "О сельскохозяйственной кооперации".

**Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:**

- Является ли вышеуказанная информация рекламой?
- Создается ли у потребителя впечатление, что данная организация обладает статусом ломбарда?
- Создается ли у потребителя впечатление, что данная организация имеет право выдавать потребительские займы?

4. В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление ООО «Апельсин» о нарушении, по мнению заявителя, рекламного законодательства и антимонопольного законодательства, при распространении в поисковой системе Яндекс в сети интернет при вводе поискового запроса «клининговая компания апельсин киров» рекламы следующего содержания: «Зачем Вам этот апельсин?! – Звоните в Вятка-Клининг!».

Согласно статье 14.3 Федерального закона от 26.07.2006 N 135-ФЗ "О защите конкуренции" не допускается недобросовестная конкуренция путем некорректного сравнения хозяйствующего субъекта и (или) его товара с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в том числе:

1) сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром путем использования слов "лучший", "первый", "номер один", "самый", "только", "единственный", иных слов или обозначений, создающих впечатление о превосходстве товара и (или) хозяйствующего субъекта, без указания конкретных характеристик или параметров сравнения, имеющих объективное подтверждение, либо в случае, если утверждения, содержащие указанные слова, являются ложными, неточными или искаженными;

2) сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, в котором отсутствует указание конкретных сравниваемых характеристик или параметров либо результаты сравнения не могут быть объективно проверены;

3) сравнение с другим хозяйствующим субъектом-конкурентом и (или) его товаром, основанное исключительно на незначительных или несопоставимых фактах и содержащее негативную оценку деятельности хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товара.

В соответствии с п. 4 ч. 2 ст. 5 Федерального закона «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

**Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:**

- Является ли вышеуказанная информация рекламой?
- Содержит ли вышеуказанная информация сравнение хозяйствующих субъектов и(или) их услуг?
- Является ли вышеуказанное сравнение некорректным?
- Создается ли у потребителя впечатление о превосходстве услуг, оказываемых компанией «Вятка-Клининг» по сравнению с услугами, оказываемыми ООО «Апельсин»?

5. Распределение мест в списке «Топ 5 худших реклам 2017 года», зафиксированных на территории Кировской области.

6. Подведение итогов работы Экспертного совета по применению Законодательства о рекламе при Кировском УФАС России за 2017 г. Выступление начальника отдела финансовых рынков и рекламы – Метелевой Натальи Валерьевны.

Председатель Экспертного Совета



М.Л. Никонова

Секретарь



Е.С. Карачева



