

**ПОВЕСТКА**  
**Заседания Экспертного совета по применению**  
**законодательства о рекламе при Кировском УФАС России**  
**на 16.03.2021 года в 14 часов 00 минут.**

Вступительное слово Председателя Экспертного совета.

1. Управлением Федеральной антимонопольной службы по Кировской области (далее – Управление) рассматривается дело №043/01/14.6-148/2021, возбужденное по заявлению ИП С. в отношении ИП Р. по признакам нарушения части 1 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции», выразившегося в использовании обозначения «Вятские меха», сходного до степени смешения с товарным знаком «Вятские меха», правообладателем которого является Заявитель.

Указанные хозяйствующие субъекты действуют на одном товарном рынке по розничной торговле изделиями из меха в географических границах Российской Федерации и являются конкурентами.

ИП С. Является правообладателем товарного знака «Вятские меха». Антимонопольным органом установлено, что при введении в поисковой строке в сети Интернет словосочетаний «вятские меха инстаграм», «вятские меха инстаграм киров», «вятские меха инстаграм магазин», «вятские меха инстаграм купить» в качестве первой ссылки выходит контекстная реклама «*Вятские меха. Скидки до -50%. Большой выбор меховых изделий: шубы, дубленки, пальто, меховые жилеты. Успейте!*» со ссылкой на сайт <https://<...>-fur.ru/>, принадлежащий ИП Р.

В соответствии с частью 1 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 №135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «О защите конкуренции») не допускается недобросовестная конкуренция путем совершения хозяйствующим субъектом действий (бездействия), способных вызвать смешение с деятельностью хозяйствующего субъекта-конкурента либо с товарами или услугами, вводимыми хозяйствующим субъектом-конкурентом в гражданский оборот на территории Российской Федерации, в том числе незаконное использование обозначения, тождественного товарному знаку, фирменному наименованию, коммерческому обозначению, наименованию места происхождения товара хозяйствующего субъекта-конкурента либо сходного с ними до степени смешения, путем его размещения на товарах, этикетках, упаковках или использования иным образом в отношении товаров, которые продаются либо иным образом вводятся в гражданский оборот на территории Российской Федерации, а также путем его использования в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая размещение в доменном имени и при других способах адресации.

То есть законодательством установлен запрет использования обозначения, тождественного или сходного до степени смешения средству индивидуализации (товарный знак, фирменное наименование, коммерческое обозначение, наименование места происхождения товара), правообладателем которого является конкурент, поскольку это создает угрозу смешения товаров или деятельности двух хозяйствующих субъектов - конкурентов.

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

✓ Является ли обозначение «Вятские меха», используемое ИП Р. в контекстной рекламе, сходным до степени смешения с товарным знаком «Вятские меха», правообладателем которого является ИП С.?

✓ Происходит ли смешение товаров, реализуемых ИП С., с товарами, предлагаемыми к продаже ИП Р., при использовании в контекстной рекламе обозначения «Вятские меха»?

2. Управлением зафиксирована информация следующего содержания: *«Продукты. Низкие цены. 24»*, размещенная у входа в магазин, расположенный по адресу: г. Киров, ул. Шорина, <...>.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

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

- ✓ Является ли вышеуказанная информация рекламой?
- ✓ Что является объектом рекламирования (в случае положительного ответа на первый вопрос)?

3. В Управлении возбуждено дело №043/05/21-114/2021 по факту распространения в почтовых ящиках многоквартирного дома, расположенного по адресу: г. Киров, ул. Мостовицкая <...>, рекламных листовок следующего содержания: *«Винзавод «<...>». Цена винзавода. Собственные виноградники. Гарантия качества производителей. Сеть фирменных магазинов. Открылся магазин г. Киров, ул. Щорса, <...> тел.: <...>. Информацию о расположении наших магазинов вы можете узнать на сайте <https://millstream-wines.ru>. ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЯ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ 18+»* (страница 1);

*«ООО «АПК <...>» Краснодарский край, Темрюкский район, п. Виноградный, ул. Мичурина, <...> <...> <https://<...>.ru>. Всегда в наличии более 100 наименований винной продукции по отпускным ценам завода! «<...>» полусладкое красное 0,7 л <...> руб., «<...>» мускат полусладкое белое 0,75 л <...> руб., «<...>» каберне сухое красное 0,75 л <...> руб., «<...>» российское шампанское полусладкое белое 0,75 л <...> руб., «<...>» пино нуар вино столовое сухое розовое 0,75 л <...> руб., «<...>» вино столовое сухое красное 0,75 л <...> руб., «<...>» дольчезе напиток винный газированный 0,75 л <...> руб., «<...>» игристое вино полусладкое белое 0,7 л <...> руб., «<...>» вино тихое сухое красное 1 л <...> руб. Цены указаны при покупке по акции «от 6 бутылок», условия уточняйте в магазинах. Цены () указаны при покупке менее 6-ти бутылок»* (страница 2).

В соответствии с частью 3 статьи 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:**

- ✓ Информация, размещенная на лицевой и оборотной сторонах листовки, воспринимается как единая реклама, имеющая общее смысловое содержание, или имеет разные объекты рекламирования?

4. Управлением зафиксирована следующая информация: *«Цена завода без посредников. Собственные виноградники 1000 Га. Гарантия качества производителя. Большой ассортимент вин и шампанского»* с изображением виноградной грозди, а также надувная конструкция в виде бутылки, размещенные у входа в магазин, расположенный по адресу: г. Киров, ул. Щорса <...>.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

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

- ✓ Является ли вышеуказанная информация, в том числе надувная конструкция в виде бутылки, рекламой?

✓ Что является объектом рекламирования (в случае положительного ответа на первый вопрос)?

5. Управлением зафиксировано размещение информации следующего содержания: *«Хмель и Солод»* с изображением емкости с пенным напитком, *«Сеть магазинов разливных напитков»* на конструкциях, расположенных на внешней стене здания по адресу: г. Киров, ул. Чапаева, <...>.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

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

✓ Является ли вышеуказанная информация рекламой?  
✓ Что является объектом рекламирования (в случае положительного ответа на первый вопрос)?

6. Управлением зафиксирована следующая информация: *«Пив&Ко\* сеть магазинов», «<...> за литр»*, размещенная на конструкциях, закрепленных на фасаде здания, в котором расположен магазин по адресу: г. Киров, ул. Розы Люксембург, <...>.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

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

✓ Является ли вышеуказанная информация рекламой?  
✓ Что является объектом рекламирования (в случае положительного ответа на первый вопрос)?

7. Управлением зафиксировано размещение по адресу: г. Киров, ул. Ленина <...> на настенном баннерном панно информации следующего содержания: *«Кальяны. Нарды, зажигалки, сувениры, газ, бензин (для зажигалок), уголь, аксессуары (для кальянов)»* с изображением кальяна.

В соответствии с пунктом 8 статьи 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?  
✓ Что является объектом рекламирования (в случае положительного ответа на первый вопрос)?

8. Управлением зафиксирована информация следующего содержания: *«ВСЕ СВОИ\* taproom\* комплексные обеды\* БАНКЕТЫ\* паровые коктейли\* свежее разливное»*, размещенная на конструкции, закрепленной на внешней стене здания, в котором расположен пивной бар «ВСЕ СВОИ» по адресу: г. Киров, ул. Сурикова, <...>.

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

Согласно части 3 статьи 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?
- ✓ Что является объектом рекламирования (в случае положительного ответа на первый вопрос)?

9. Управлением зафиксирована реклама следующего содержания *Кредит от 0,1%\* 0,1%<...> Центр Киров. <...> г. Киров, ул. Карла Маркса <...> kirov.<...>.ru <...>*», размещенная посредством рекламной конструкции, расположенной в городе Кирове на пересечении улиц Проезжей и Чайковского.

Частью 1 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности должна содержать наименование или имя лица, оказывающего эти услуги или осуществляющего данную деятельность (для юридического лица - наименование, для индивидуального предпринимателя - фамилию, имя и (если имеется) отчество).

Пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

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

- ✓ Что является объектом рекламирования?
- ✓ Является ли шрифт в рекламе читаемым для потребителя?

10. В Управление поступило обращение лица по факту распространения в сети Интернет на сайте <https://<...>kirov.ru/> статей «*Россельхозбанк планирует выдать до 100 млрд рублей сельской ипотеки в 2020 году*» от 28.10.2020, «*Россельхозбанк повысил процентную ставку по вкладу «Доходный»*» от 02.11.2020, «*Для жителей Кировской области сельская ипотека теперь доступна от 1,9% годовых*» от 26.11.2020, «*В Россельхозбанке стартовала новогодняя акция со ставкой по вкладу до 6,3% годовых*» от 08.12.2020, «*Россельхозбанк повышает процентную ставку по вкладу «Доходный»*» от 25.12.2020, которые содержат признаки нарушения Федерального закона «О рекламе».

Пунктом 2 части 2 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» установлено, что реклама банковских, страховых и иных финансовых услуг и финансовой деятельности не должна умалчивать об иных условиях оказания соответствующих услуг, влияющих на сумму доходов, которые получают воспользовавшиеся услугами лица, или на сумму расходов, которую понесут воспользовавшиеся услугами лица, если в рекламе сообщается хотя бы одно из таких условий.

Согласно части 3 статьи 28 Федерального закона «О рекламе» если реклама услуг, связанных с предоставлением кредита или займа, использованием им и погашением кредита или займа, содержит хотя бы одно условие, влияющее на его стоимость, такая реклама должна содержать все остальные условия, определяющие полную стоимость кредита (займа), определяемую в соответствии с Федеральным законом "О потребительском кредите (займе)", для заемщика и влияющие на нее.

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

- ✓ Является ли вышеуказанная информация рекламой?

✓ Что является объектом рекламирования (в случае положительного ответа на первый вопрос)?

✓ Статьи содержат один или разные объекты рекламирования (в случае положительного ответа на первый вопрос)?

11. В Управление поступило обращение физического лица по факту распространения информации следующего содержания: «*SMOKING SHOP*» с изображением на фоне черного круга с надписью «• *Hookah tobacco vape store* • *Hookah tobacco vape store*» персонажа «Волк» мультипликационного фильма «Жил-был Пёс» и предложения «*есть чё?*», расположенной в городе Кирове на улице Молодой Гвардии.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 8 статьи 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?

✓ Что является объектом рекламирования (в случае положительного ответа на первый вопрос)?

12. Информация о проведении Федеральной антимонопольной службой шестого Всероссийского конкурса «Точка роста» для студентов и магистрантов.

Председатель Экспертного совета

М.Л. Никонова

Секретарь

Е.А. Наумова