



ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

Управление по Кировской области

610020 г. Киров, ул. К. Либкнехта, 55.

ПОВЕСТКА

Заседания Экспертного совета по применению
законодательства о рекламе при Кировском УФАС России
на 09.06.2021 года в 15 часов 00 минут.

Вступительное слово Председателя Экспертного совета.

1. Управлением Федеральной антимонопольной службы по Кировской области (далее – Управление) рассматривается дело № 043/05/5-418/2021, возбужденное в отношении ИП А. по признакам нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») по факту распространения в эфире радиопрограммы «<...>» информации об уникальных спа-процедурах в отсутствие документального и фактического обоснования уникальности таких процедур.

Недостовойной рекламой согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» является реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

✓ Как воспринимается словосочетание «уникальные спа-процедуры» потребителем: как сравнительная характеристика с другими товарами или индивидуализация определенного товара?

2. Управлением зафиксирована информация о предоставлении финансовых услуг, размещенная на задней части автобуса, осуществляющего регулярные пассажирские перевозки по городскому маршруту № <...> в г. Кирове <...>.

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.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

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

3. В Управление поступило обращение физического лица по вопросу распространения на абонентский номер заявителя звонков с информацией об услугах банка в отсутствие согласия абонента на их получение.

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.

Согласно части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе посредством использования телефонной, факсимильной, подвижной радиотелефонной связи, допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

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

4. Управлением возбуждено дело № 043/05/10-279/2021 по признакам нарушения части 4 статьи 10 Федерального закона «О рекламе» по факту распространения в газете «Мой PRO Город» выпуск № <...> от <...> информации о помощи бездомным животным в г. Кирове посредством осуществления переводов денежных средств.

В соответствии с пунктом 11 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» социальная реклама – это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей, а также обеспечение интересов государства.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- ✓ Что является объектом рекламирования?
- ✓ Направлена ли реклама на достижение благотворительных и иных общественно полезных целей?

5. Управлением зафиксировано размещение на фасаде здания в г. Кирове информации о безвозмездном приобретении товара. Установлено, что для участия в указанной акции необходимо приобрести в магазине товар на определенную сумму. Акция заключается в розыгрыше алкогольного напитка.

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.

Частью 7 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» установлено, что 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 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).

Частью 5 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» устанавливается запрет на рекламу о проведении стимулирующего мероприятия, условием участия в котором является приобретение алкогольной продукции, за исключением специализированных стимулирующих мероприятий, проводимых в целях реализации алкогольной продукции.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- ✓ Является ли вышеуказанная информация рекламой?
- ✓ Что является объектом рекламирования (в случае положительного ответа на первый вопрос)?
- ✓ Вводит ли указанная информация потребителя в заблуждение относительно условий приобретения товара?

6. Управлением рассматривается обращение физического лица по факту распространения радиопередачи «<...>» в эфире радиоканала «<...>», в которой содержится рекламная информация о банковских услугах, а также мобильных приложениях банка, застройщика и сети супермаркетов в отсутствие сообщения о последующей трансляции рекламы перед началом радиопередачи.

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. В Управлении рассматривалось дело №043/01/14.6-827/2020, возбужденное по заявлению ООО КПП «П.» в отношении ООО «Р.» по признакам нарушения частей 1, 2 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «О защите конкуренции»), выразившегося в копировании наименования товара конкурента.

Указанные хозяйствующие субъекты являются конкурентами, так как осуществляют деятельность на одном товарном рынке - реализация крышек металлических для домашнего консервирования на территории Российской Федерации.

Пунктом 2 статьи 14.6 Федерального закона «О защите конкуренции» установлен запрет на недобросовестную конкуренцию путем копирования или имитации внешнего вида товара, вводимого в гражданский оборот хозяйствующим субъектом-конкурентом, упаковки такого товара, его этикетки, наименования, цветовой гаммы, фирменного стиля в целом (в совокупности фирменной одежды, оформления торгового зала, витрины) или иных элементов, индивидуализирующих хозяйствующего субъекта-конкурента и (или) его товар.

Членам Экспертного совета предлагается ответить на следующие вопросы:

- ✓ Наименование товара ООО КПП «П.» копирует наименование товара ООО «Р.»?
- ✓ Происходит ли смешение в глазах потребителя товаров, производимых ООО КПП «П.» с товарами, производимыми ООО «Р.»?
- ✓ По каким элементам товара можно определить факт сходства до степени смешения (в случае положительного ответа на предыдущий вопрос)?

Председатель Экспертного совета



М.Л. Никонова

Секретарь



Е.А. Наумова

