



## 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 06.10.2021 года в 14 часов 30 минут.

Вступительное слово Председателя Экспертного совета.

1. При осуществлении государственного надзора за соблюдением хозяйствующими субъектами требований законодательства РФ о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «О рекламе») Управлением Федеральной антимонопольной службы по Кировской области (далее – Управление) зафиксировано наличие информации следующего содержания: *«DYMSHOP <...> 5 % cashback. Подыми настроение»* с использованием персонажа из фильма, выпускающего клубы дыма.

В соответствии с пунктом 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами

В соответствии с пунктом 3 части 5 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе не допускаются демонстрация процессов курения табака или потребления никотинсодержащей продукции и потребления алкогольной продукции.

Согласно пункту 8 статьи 7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов.

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

- ✓ Что является объектом рекламирования?
- ✓ Демонстрируется ли в данной рекламе процесс курения никотинсодержащей продукции?

2. При осуществлении государственного надзора за соблюдением хозяйствующими субъектами требований законодательства РФ о рекламе сотрудниками Кировского УФАС России зафиксирована информация *«<...>\* доставим за 60 минут или пицца в подарок»*, размещенная на задней части автобуса, осуществляющего регулярные пассажирские перевозки по маршруту № <...> в г. Кирове.

Согласно статье 8 Федерального закона «О рекламе» в рекламе товаров при дистанционном способе их продажи должны быть указаны сведения о продавце таких товаров: наименование, место нахождения и государственный регистрационный номер

записи о создании юридического лица; фамилия, имя, отчество, основной государственный регистрационный номер записи о государственной регистрации физического лица в качестве индивидуального предпринимателя.

**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 Управление обращение ООО КПП «П.» в отношении ООО «Р.» по признакам нарушения части 1 статьи 14.6 Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «О защите конкуренции»), выразившегося использованием на товаре (крышки металлические для домашнего консервирования) обозначения в виде стилизованного графического изображения по кругу овощей и зелени, сходного до степени смешения с товарным знаком, правообладателем которого является ООО КПП «П.».

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

Решением о государственной регистрации товарного знака от 12.04.2021, выданным Роспатентом, за ООО КПП «П.» зарегистрировано право на товарный знак «Котельничские крышки».

Пунктом 1 статьи 14.6 Федерального закона «О защите конкуренции» установлен запрет на недобросовестную конкуренцию путем незаконного использования 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.

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

- ✓ Является ли обозначение «Котельничские крышки», используемое в хозяйственной деятельности ООО «Р.» путем нанесения на товар, сходным до степени смешения с товарным знаком «Котельничские крышки», зарегистрированным за ООО КПП «П.»?
- ✓ По каким элементам товара можно определить факт сходства до степени смешения (в случае положительного ответа на предыдущий вопрос)?

4. В Управление поступило обращение физического лица по вопросу распространения на абонентский номер заявителя +8953<...> информации о возможности рефинансировать ипотеку с альфанумерического номера bank-<...>. По мнению заявителя, указанная информация вводит в заблуждение, поскольку заявителю было отказано в рефинансировании действующего с Банком ипотечного кредитования согласно поступившему предложению.

Из представленных скриншотов переписки между заявителем и сотрудником Банка следует, что Банк не рефинансирует собственное ипотечное кредитование, снижение

процентной ставки по действующему ипотечному договору предоставляется при соблюдении конкретных условий.

Согласно части 7 статьи 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 вводится в заблуждение потребитель рекламы.

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

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

5. В Управление поступило обращение физического лица по вопросу размещения в печатном издании газете <...> информации о предоставлении услуг по лечению алкоголизма и табакокурения, в отсутствие, по мнению заявителя, соответствующей предупредительной надписи о необходимости получения консультации специалистов.

Согласно части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» реклама лекарственных препаратов, медицинских услуг, в том числе методов профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, медицинских изделий должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов.

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

- ✓ Что является объектом рекламирования?
- ✓ Является ли читаемой предупредительная надпись о необходимости получения консультации специалистов?

6. В Управление поступило обращение физического лица по факту размещения на фасаде здания информации о возможности попробовать разные алкогольные напитки.

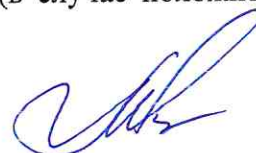
В соответствии с пунктом 5 части 2 статьи 21 Федерального закона «О рекламе» реклама алкогольной продукции не должна размещаться с использованием технических средств стабильного территориального размещения (рекламных конструкций), располагаемых на внешних стенах и иных конструктивных элементах зданий, сооружений или вне их.

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)?

Председатель Экспертного совета



М.Л. Никонова

Секретарь



Е.А. Наумова