

**ПОВЕСТКА**  
**Заседания Экспертного совета по применению**  
**законодательства о рекламе при Кировском УФАС России**  
**на 23.12.2021 года в 14 часов 30 минут.**

Вступительное слово Председателя Экспертного совета.

1. В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области (далее – Управление) поступило заявление физического лица по вопросу распространения по сетям электросвязи 28.11.2021 на абонентский номер заявителя смс-сообщения с рекламной информацией следующего содержания: *«Играй за наш счёт! Твой подарок 25000 рублей на [kneu.ru/StM61](http://kneu.ru/StM61)»* в отсутствие согласия абонента на ее получение.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Федеральный закон «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 пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – это товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

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

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

2. В Управление поступило заявление ИП А. по вопросу возможного совершении ИП У. недобросовестных действий, выразившихся в использовании им вывески торгового объекта с наименованием «Ангел», которая, по мнению заявителя, копирует наименование торгового объекта «Ангел», собственником которого является ИП А., в нарушение Федерального закона от 26.07.2006 № 135-ФЗ «О защите конкуренции» (далее – Федеральный закон «О защите конкуренции»).

Указанные хозяйствующие субъекты являются конкурентами, так как осуществляют деятельность на одном товарном рынке – на рынке организации похорон и представления связанных с ними услуг на территории пгт. Мурыгино, Кировская обл.

В соответствии с частью 2 статьи 14.6 Федерального закона «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 копирование или имитация 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:**

- ✓ Является ли наименование «Ангел», используемое в хозяйственной деятельности ИП У. для индивидуализации предоставляемых услуг, сходным до степени смешения с наименованием торгового объекта, используемого в хозяйственной деятельности ИП А.?

3. При осуществлении государственного надзора за соблюдением хозяйствующими субъектами требований законодательства РФ о рекламе в соответствии со статьей 33 Федерального закона «О рекламе» сотрудниками Кировского УФАС России зафиксирована реклама следующего содержания: «<М...> *цветочный лидер* <...> № 1», размещенная на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Киров, на пересечении улиц <...>.

Согласно пункту 1 части 3 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» недостоверной рекламой 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:**

- ✓ Что является объектом рекламирования?
- ✓ Свидетельствует ли использование в вышеуказанной рекламной информации «№ 1» о превосходстве товара, реализуемого в магазине «М», над аналогичными товарами, реализуемыми иными цветочными магазинами?

4. В Управлении рассматривается дело № 043/05/18-787/2021, возбужденное в отношении ИП Г., ООО «С», ПАО «В» по признакам нарушения части 1 статьи 18 Федерального закона «О рекламе» по факту распространения 15.07.2021 в 15:35 посредством рассылки смс-сообщения на абонентский номер заявителя +796<...> информации: «*Начисление 6043 прошло успешно, Кабинет vlkgm.ru/DKmZrm3*» с алфанумерического номера vlkgames.ru, в отсутствие согласия абонента на ее 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 пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – это товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

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

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

5. В Управление поступило заявление физического лица по вопросу распространения на внешней стене здания, расположенного по адресу: г. Киров <...>, информации следующего содержания: «*Всё своё, всё натуральное!*» с изображением продуктов.

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 пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – это товар, средства индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

**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