**ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА**

**Управление по Кировской области**

610020 г. Киров, ул.К. Либкнехта, 55.

П Р О Т О К О Л

**заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе**

**при Управлении Федеральной антимонопольной службы**

**по Кировской области**

|  |  |
| --- | --- |
| **23.12.2021 г.** | **г. Киров** |

Дата, время проведения: 23.12.2021, 14 часов 30 минут;

Форма проведения – очная;

Место проведения: г. Киров, ул. К. Либкнехта, д. 55, Кировское УФАС России.

|  |  |
| --- | --- |
| **Председательствовал:** |  |
| НИКОНОВА  Марина Леонидовна | руководитель Кировского УФАС России; |
| **Участвовали члены Экспертного совета:** |  |
|  |  |
| НИЗОВСКИХ  Нина Аркадьевна | доктор психологических наук; |
|  |  |
| ТИМШИН  Вадим Алексеевич | кандидат философских наук; доцент кафедры журналистики и интегрированных коммуникаций факультета филологии и медиакоммуникаций Вятского государственного университета; |
|  |  |
| КАРАВАЕВ  Николай Викторович | кандидат юридических наук, зав. кафедрой гражданского права и процесса Волго-Вятского института (филиала) Университета им. О.Е. Кутафина (МГЮА); |
|  |  |
| ПОЗДНЯКОВА  Галина Викторовна | председатель Кировского отделения Союза дизайнеров России; |
|  |  |
| ЛИЦАРЕВА  Ксения Станиславовна | кандидат филологических наук, доцент, декан филологического факультета Вятского государственного университета; |
|  |  |
| ДВОЙНИШНИКОВА  Юлия Михайловна | директор МКУ «Городская реклама»; |
|  |  |
| **Присутствовали:** |  |
|  |  |
| ФУФАЧЕВА  Ирина Николаевна | Заместитель руководителя – начальник отдела контроля закупок Кировского УФАС России; |
|  |  |
| БУШМАНОВ  Евгений Сергеевич | начальник отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России; |
| **Секретарь:** |  |
| НАУМОВА  Евгения Альбертовна | ведущий специалист-эксперт отдела финансовых рынков и рекламы Кировского УФАС России. |

**ПОЗИЦИЯ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА ПО ВОПРОСАМ ПОВЕСТКИ:**

**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»* 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)?

**Выступили:** Позднякова Г.В., Низовских Н.А., Лицарева К.С., Тимшин А.А., Караваев В.Н., Двойнишникова Ю.М.

**Решение:** большинство членовЭкспертного совета пришли к выводу, что вышеуказанная информация является «скрытой» рекламой сайта казино. Когда потребитель переходит по ссылке «мы понимаем, что это что-то игорное». Объектом рекламирования, по мнению членов Экспертного совета, являются основанные на риске игры, поскольку предложение «играй за наш счет», словосочетание «твой подарок 25000 рублей» привлекают внимание и вызывают интерес. Кроме того, членами Экспертного совета было отмечено, что указанная реклама вводит потребителя в заблуждение, является «обманом», «непонятно за чей счет предлагается играть».

сетевой магазин кальянов «Дымшоп» и продаваемая в таком магазине продукция – кальяны. Словосочетания «подыми настроение», «крутые цены», «лучшие цены» привлекают внимание. Используется оценочная категория «лучшие», что также способствует продвижению магазина. Словосочетание «подыми настроением» ассоциируется с возможностью поднять себе настроение, покурив кальян («подними себе настроение, используя дым»).

**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.?

**Выступили:** Позднякова Г.В., Низовских Н.А., Лицарева К.С., Тимшин А.А., Караваев В.Н., Двойнишникова Ю.М.

**Решение:** членыЭкспертного совета единогласно пришли к выводу, что указанная информация является рекламой. Указание в рекламе словосочетания «удобное кафе» носит побудительный характер и вызывает благоприятное впечатление. Объектом рекламирования является услуга по доставке, которая предоставляется кафе «Сушилка», за 60 минут.

**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?

**Выступили:** Позднякова Г.В., Низовских Н.А., Лицарева К.С., Тимшин А.А., Караваев В.Н., Двойнишникова Ю.М.

**Решение:**

**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 альфанумерического 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)?

**Решение:** члены Экспертного совета единогласно пришли к выводу, что вышеуказанная информация является рекламой,поскольку в рекламной информации используется слово «успей», что воспринимается как призыв оформить ипотеку и «сделать это быстро, а иначе ничего у тебя не получится». Объектом рекламирования является рефинансирование ипотеки. Относительно третьего вопроса члены Экспертного совета единогласно решили, что указанная информация носит искаженный характер, вводит потребителя в заблуждение («а зачем они её тогда направили ему, если не собираются выполнять?»), кроме того, было отмечено, что рекламное объявление не содержит каких-либо иных условий, чтобы рефинансировать ипотеку.

**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)?

**Выступили:** Позднякова Г.В., Низовских Н.А., Лицарева К.С., Тимшин А.А., Караваев В.Н., Двойнишникова Ю.М.

**Решение:** члены Экспертного совета определили, что объектом рекламирования являются услуги по лечению алкоголизма и табакокурения, обрыву запоя. На второй вопрос члены Экспертного совета единогласно ответили, что предупредительную надпись о необходимости получения консультации специалистов прочитать невозможно («даже под лупой не увидишь»).

|  |  |
| --- | --- |
| Председатель Экспертного совета | М.Л. Никонова |
|  |  |
| Секретарь Экспертного совета | Е.А. Наумова |