



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ**

**ПРОТОКОЛ**

**заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при  
Волгоградском УФАС России**

08.06.2018

№ 04

**Председательствовала:**

Никуйко Ирина Борисовна - заместитель руководителя Волгоградского УФАС России

**Присутствовали:**

Члены Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при  
Волгоградском УФАС России:

Власова Екатерина Александровна,  
Доброскокина Мария Сергеевна,  
Клонова Светлана Ивановна,  
Кириченко Олег Викторович,  
Крапивенский Анатолий Соломонович,  
Усанова Виктория Александровна,  
Черепяхин Вячеслав Игоревич.

Ответственные работники Волгоградского УФАС России:

Алимова Елена Владимировна – заместитель начальника отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы;

Селютина Елизавета Михайловна – главный специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы.

**Отсутствовали, но письменно представили ответы до начала заседания:**

Меркулов Михаил Александрович,  
Овсянникова Татьяна Владимировна.

**ПОВЕСТКА:**

1. О текущей работе Волгоградского УФАС России в сфере контроля рекламы. Итоги рассмотрения рекламных и административных дел по рекламе, ранее оцененной на Экспертном совете: решения («Окошкино», «Tinkoffbank», Салон красоты «Лайм»), суды по «Теле 2», «Окошкино», результаты рассмотрения административных дел по «Макдоналдс», «Зенден», салон красоты «Лайм».

2. Оценка наружной рекламы фитнес-клуба «AlexFitness» с использованием слогана «SE [XS] будет за 4 900 р».

3. Оценка восприятия контекстной рекламы в сети Интернет «Интересует ЖК Gala Park? ДОСААФ-жк.рф».

4. Разное.

**СЛУШАЛИ:**

**По 1 вопросу.** Председатель Экспертного совета Никуйко И.Б. ознакомила членов Совета с результатами рассмотрения дел, спорная реклама по которым представлялась на оценку членам Совета на предыдущих заседаниях Совета.

Реклама «Окошкино» решением Волгоградского УФАС России была признана ненадлежащей (недостоверная информация о скидке и отсутствие существенной информации, решение по делу № 17-03-5-02/555 от 29.12.2018). Выданное предписание было исполнено. Данное решение было обжаловано ООО «Окошкино», первая инстанция приняла решение в пользу Волгоградского УФАС России (судебное дело А12-10761/2018). ООО «Окошкино» привлечено к административной ответственности (предупреждение). В настоящий момент Управлением рассматривается еще одно дело о нарушении рекламного законодательства в отношении ООО «Окошкино».

Реклама салона красоты «Лайм» была признана ненадлежащей. Выданное предписание было исполнено. Решение антимонопольного органа не было обжаловано. Рекламодатель и рекламораспространитель привлечены к административной ответственности (предупреждения).

Решение антимонопольного органа по признанию ненадлежащей рекламы «Теле 2» было обжаловано в трех инстанциях. Все решения судов были вынесены в пользу Волгоградского УФАС России. Обжалования Постановления о наложении штрафа в размере ста тысяч рублей также завершилось отказом заявителю в требовании об отмене постановления.

Дело по рекламе «Тинькофф Банка», которая рассматривалась на прошлом заседании Экспертного совета, было возбуждено ФАС России. Реклама признана ненадлежащей.

Решения по рекламе «Макдоналдс», «Зенден» не обжаловались. На юридических лиц, а также на должностных лиц наложены штрафы сто тысяч и четыре тысячи рублей соответственно.

Также председатель Совета довела до сведения членов Совета информацию о том, что решение по рекламе на Радио России конфеты «Офтальмин» признано ФАС России по итогам 2017 года прецедентным №1 в категории дел «Реклама и недобросовестная конкуренция» (дело – № 16-03-5-02/691, судебное дело № А12-23326/2017). В апреле 2018 года Управлением вынесено решение еще по одной рекламе таблетированных конфет Офтальмин на Радио России (дело № 17-03-5-02/677).

**По 2 вопросу. Оценка наружной рекламы фитнес-клуба «AlexFiteSS» с использованием слогана «SE [XS] будет за 4 900 р».**

Для оценки членам Совета представлена реклама фитнес-клуба «AlexFiteSS». На экране компьютера продемонстрировано фото рекламы на наружном рекламном щите, размещенном в городе Волгоград на ул. Хиросима.

После просмотра рекламы было принято решение предварительно обсудить данную рекламу.

При обсуждении спорной рекламы были высказаны следующие мнения.

Большинство членов Экспертного совета согласилось с тем, что реклама выглядит «глупо».

Некоторые члены Экспертного совета отметили, что не совсем понятен объект рекламирования - то ли рекламируется спортзал, то ли услуги сексуального характера.

Также прозвучало мнение, что использование в рекламе слово секс – это устаревший рекламный прием. Это слово уже никого не привлекает. Если бы было написано «XS за 4900 рублей», то было бы эффективнее.

Один из экспертов указал на то, что слово секс является легальным латинским словом.

На голосование поставлены следующие вопросы:

1. Использован ли в указанной рекламе непристойное выражение?

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

2. Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в рекламе таких выражений, которые были использованы в рассматриваемой рекламе?

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

Результаты голосования:

1 вопрос:

3 голоса – да;

6 голосов – нет;

1 голос – затрудняюсь ответить.

2 вопрос:

4 голоса – да;

6 голосов – нет;

0 голос – затрудняюсь ответить.

**Решили:**

Признать, что в представленной рекламе не использован непристойный образ.

Признать, что размещение в рекламе использованных выражений не допустимо с точки зрения действующих нормам морали и нравственности.

**По 3 вопросу. Оценка восприятия контекстной рекламы в сети Интернет «Интересует ЖК Gala Park? ДОСААФ-жк.рф».**

Для оценки членов Совета представлена контекстная реклама в сети Интернет «Интересует ЖК Gala Park? ДОСААФ-жк.рф» (на экране компьютера продемонстрирован скрин с поисковой системы Яндекс).

После просмотра рекламы членами Экспертного совета решено обсудить данную рекламу.

При обсуждении спорной рекламы были высказаны следующие мнения.

Одни члены Экспертного Совета указали на то, что из рекламы не очевидно наличие сравнения ЖК «Gala Park» и ЖК «ДОСААФ», к тому же отсутствует негативная информация и указание на какие-либо недостатки ЖК «Gala Park». Тем более, в правой стороне поисковика содержится информация именно о ЖК «Gala Park», на которую, как правило, обращают внимание пользователи поисковой системы.

Один эксперт указал, что есть сравнение, но в нем нет положительной оценки какой либо стороны, скорее речь об альтернативе.

Другие члены Совета отметили, что контекстная реклама размещена на первой строке. Пользователи могут перейти по указанной ссылке и подумать, что перешли на сайт ЖК «Gala Park».

В завуалированной форме присутствует некорректное сравнение, подразумевающее «идите к нам». К тому же после первой фразы стоит знак вопроса («Интересует ЖК Gala Park?»), откуда следует, что фраза «ДОСААФ-жк.рф» является ответом на него, то есть указанием на то, что нужно сделать/выбрать, если интересуется ЖК «Gala Park».

Некоторые эксперты не согласились с данным мнением и высказали точку зрения, согласно которой подобная практика использования контекстной рекламы с наименованиями конкурентов является нормой. Такой способ конкуренции равносителен конкуренции на рынке, где все стоят в одном ряду. Таких примеров множество.

На голосование были поставлены следующие вопросы:

1. Как Вы считаете, добросовестно ли для привлечения внимания к ЖК «ДОСААФ» использовать наименование другого жилищного комплекса (ЖК Gala Park, строящегося жилищного комплекса конкурента)?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

2. Содержит ли реклама сравнение (в том числе в завуалированной форме) одного ЖК с другим)?

- а) да
- б) нет
- в) затрудняюсь ответить

3. (В случае положительного ответа на вопрос 2)

В чью пользу говорит данное сравнение?

- а) ЖК Gala Park
- б) ЖК ДОСААФ
- в) затрудняюсь ответить

Результаты голосования:

1 вопрос:

- 2 голоса – да;
- 6 голосов – нет;
- 2 голоса – затрудняюсь ответить.

2 вопрос:

- 6 голосов – да;
- 3 голоса – нет;
- 1 голос – затрудняюсь ответить.

3 вопрос (голосовали 6 человек, ответивших положительно на 2 вопрос):

- 0 голосов – ЖК Gala Park;
- 5 голосов – ЖК ДОСААФ;

1 голос – затрудняюсь ответить (дано пояснение: «сравнения с положительной оценкой нет»)

**Решили:**

Признать, недобросовестным использование наименования жилищного комплекса конкурента (ЖК «Gala Park») для привлечения внимания к ЖК «ДОСААФ». Рассматриваемая реклама содержит сравнение (в том числе в завуалированной форме) в пользу ЖК «ДОСААФ».

**По 4 вопросу. Разное**

От членов Экспертного совета поступило предложение на следующие заседания при рассмотрении контекстной рекламы приглашать экспертов в данной сфере для пояснения некоторых технических вопросов, а также сложившейся на рынке практики. Также было предложено расширить список членов Экспертного Совета.

И.Б. Никуйко сообщила членам Совета об очередных публичных обсуждениях Волгоградского УФАС России, назначенных на 24.08.2018 в 10.00-12.00, место проведения - Волгоградский филиал РАНХиГС. Данные обсуждения будут по большей степени посвящены практике Управления в сфере контроля рекламы и недобросовестной конкуренции. Членам Совета предложено выступить с докладами или короткими сообщениями на данном мероприятии.

Председатель поблагодарила членов Экспертного совета за плодотворную работу.

Председатель Экспертного совета

И.Б. Никуйко

Ответственный секретарь Экспертного совета

Е.А. Власова