

**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ**  
**ПО Г. МОСКВЕ**

**Экспертный совет по применению законодательства о рекламе**  
**и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции**  
**при Управлении Федеральной антимонопольной службы по г. Москве**

**ПРОТОКОЛ № 08-1/16**

заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе  
и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции  
при Управлении Федеральной антимонопольной службы по г. Москве

«12» апреля 2016 г.

г. Москва

Экспертный Совет по применению законодательства о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции при Управлении Федеральной антимонопольной службы по г. Москве (далее — Экспертный совет) в составе:

председатель Экспертного совета: Гудкова И.С.;

члены Экспертного совета: Орлов Н.В., Олейник П.В., Хрусталева А.С., Романова Е.А., Уварова Н.С., Сучкова К.С., Донаева В.О., Старикова Т.А., Кузнецова Е.Г., Попов А.М., Семенов П.В., Грунченко О.М., Серегин Д.И., Рогачев Д.И., Леонов С.В., Петров О.В., Черняховский В.С., Родин К.С., Павлов О.В., Ходова А.В., Гаврилов Д.А., Суббот А.В., Незнамов А.В., Афиногенова Н.Н., Кучушев С.А., Марченко Д.С., Деноткина А.В., Горбенкова Ю.А., Маркина С., Голованова Н.А., Клементьева Е.В., Оберчук С.Ю., Манжелей М.Ю., Фиськина А.Е., Давиденко Ю.А., Борисов С.В., Коновалова Е.Е., Яковлева С.А., Беляева И.Н., Прохорская А.Ю., Токарев А.С., Стрелоква Я.В., Челушкин Д.М., Нестерова Е.В.;

приглашенные: Кочиева В., Мягченкова Н.А., Воловатов В.О., Бочкарева М.А., Симаков А., Захаров Б.Л., Хованский Ю., Makeев С.Ф.

Протокол ведет: Романова Е.А.

1. Вступительная часть.

Председатель Экспертного совета Гудкова И.С. (далее — Председатель) озвучила приветственное слово.

2. Доклад о результатах работы Московского УФАС России за прошедший период.

Председатель огласила итоги работы Московского УФАС России в части контроля за рекламным законодательством и пресечения недобросовестной конкуренции за 2015 год, начало 2016 года.

Председатель и Олейник П.В. рассказали о наиболее интересных делах за 2015 год, начало 2016 года. Олейник П.В. также осветил прошедшие и предстоящие плановые проверки Московского УФАС России в рамках контроля

за рекламным законодательством.

3. Обсуждение актуальных вопросов применения антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции.

Председатель и Олейник П.В. осветили последние изменения антимонопольного законодательства в рамках четвертого антимонопольного пакета, вступившего в силу в 2016 году, в части недобросовестной конкуренции, а также в части изменения процедуры рассмотрения дел о нарушении антимонопольного законодательства.

4. Обсуждение рекламных сюжетов на соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе.

4.1. Рассмотрение рекламы «Трудовые споры» с изображением связанного мужчины и слоганом «Можно попробовать и так» на наличие признаков нарушения Закона о рекламе.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «в данной рекламе есть призыв к насилию и жестокости»;
- «в рекламе содержатся конструкции, которые с точки зрения русского языка являются призывом»;
- «рекламируемый продукт говорит нам о том, что так нельзя делать и что реклама призывает к совершению противоположных действий»;
- «нужно смотреть на рекламу в совокупности: на текст и на изображение. В данном случае изображение лишь усиливает то, что говорится в тексте, и нарушение есть».

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: считаете ли вы, что в данной рекламе есть признаки нарушения Закона о рекламе, в частности, призыв к противоправным действиям.

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 31;
- нет нарушения: 4;
- воздержались: 10.

4.2. Рассмотрение рекламы группы «Элизиум» с изображением участника группы, показывающего жест рукой, на наличие признаков нарушения Закона о рекламе.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «данный жест является некультурным и не может нести иную смысловую нагрузку»;
- «в отличие от нецензурных слов, законодательных запретов в отношении жестов нет»;
- «указанный жест является общепризнанным некультурным жестом и использование указанного жеста в рамках мероприятий запрещено».

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: считаете ли вы, что в данной рекламе содержатся признаки нарушения Закона о рекламе?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 27;
- нет нарушения: 4;
- воздержались: 14.

4.3. Рассмотрение рекламы интернет-провайдера «ОТК», содержащей текст «Не работает Yota? Попробуйте ОТК», на наличие признаков нарушения Закона о рекламе.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «реклама направлена на дискредитацию конкурента и паразитирование на деловой репутации конкурента».

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: есть ли в данной рекламе нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе.

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 25;
- нет нарушения: 6;
- воздержались: 14.

4.4 Рассмотрение рекламы ювелирных украшений «ROBERTO BRAVO» с изображением девушки в нижнем белье и текстом: «Хочешь продолжения? Будь щедрым!» на наличие признаков нарушения Закона о рекламе.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «в указанной рекламе отсутствует информация неприличного содержания, она должна восприниматься как некий стиль жизни. Кроме того, следует учитывать место размещения указанной рекламы»;
- «указанная реклама содержит вполне определенный призыв интимного характера и является непристойной»;
- также было озвучено мнение о необходимости выработки объективных критериев оценки непристойности рекламы.

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: кто считает, что указанная реклама является неэтичной?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 27;
- нет нарушения: 4;
- воздержались: 14.

4.5. Рассмотрение рекламы фитнес-клуба на транспортном средстве с двусмысленными слоганами: «ХОЧУ ТЕБЯ пригласить в фитнес-клуб N-Choice», «КОНЧАЙ бездельничать — иди на тренировку», «ДАВАЙ ЗАЙМЕМСЯ фитнесом в N-Choice» на наличие признаков нарушения Закона о рекламе.

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: считаете ли вы, что указанная реклама нарушает законодательство Российской Федерации о рекламе?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 41;
- нет нарушения: 0;
- воздержались: 4.

4.6. Рассмотрение рекламы сети ресторанов «Бургер Кинг» со слоганом «Смотри не обострись» на наличие признаков нарушения Закона о рекламе.

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: считаете ли вы, что указанная реклама нарушает законодательство Российской Федерации о рекламе?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 2;
- нет нарушения: 28;
- воздержались: 15.

4.7. Рассмотрение рекламы сети ресторанов «Бургер Кинг» со слоганом «Налижемся!» на наличие признаков нарушения Закона о рекламе.

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: считаете ли вы, что указанная реклама нарушает законодательство Российской Федерации о рекламе?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 0;
- нет нарушения: 41;
- воздержались: 4.

4.8. Рассмотрение рекламного ролика «World of Tanks» со слоганом «Твой дед освободил мир, твой отец защитил мир, а что сделал ты?» на наличие признаков нарушения Закона о рекламе.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «есть несоответствие подвигам, которые совершили наши предки, и предложением играть в компьютерную игру»;
- «указанная реклама способна обидеть ветеранов войны»;
- «реклама направлена на популяризацию армии»;
- «создается впечатление, что если лицо не играет в рекламируемую компьютерную игру, то этим лицом нельзя гордиться, он недостойн своего деда и отца, что может повлиять на самооценку несовершеннолетних, на которых, в основном, и направлена указанная реклама».

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: считаете ли вы, что указанная реклама нарушает законодательство Российской Федерации о рекламе?

## Федерации о рекламе?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 6;
- нет нарушения: 18;
- воздержались: 21.

4.9. Рассмотрение рекламного ролика сети салонов «Евросети» и смартфонов «Samsung» «Глюк фруктовой компании», а именно: насколько корректно сравнение «Вот это флагман. Не то что глюк фруктовой компании. Реально крутой» и есть ли ассоциация с продукцией конкурента.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «в данной рекламе ассоциация с продукцией компании «Apple» очевидна»;
- член Экспертного совета Грунченко О.М. предложила в настоящем случае придерживаться максимально формализованного подхода: «Для того, чтобы установить некорректное сравнение, необходимо иметь 2 объекта, которые бы сравнивались между собой. В рекламе один объект назван предельно четко — продукция «Samsung», а второй назван описательно - «глюк фруктовой компании». О.М. Грунченко также задала вопрос о том, что если указанное описание не ассоциируется с компанией «Apple», то с какой тогда компанией возникает ассоциация»;
- «для признания сравнения некорректным необходимо, чтобы описание рекламируемого продукта носило позитивный характер, в то время как продукция конкурента должна оцениваться отрицательно. В рассматриваемом сравнении присутствует слово «глюк», которое означает применительно к конкретной сфере сбоя в работе любого гаджета, любого устройства, то, что не очень хорошо работает».

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: есть ли в данной рекламе некорректное сравнение продукции «Samsung» с продукцией «Apple»? Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть некорректное сравнение: 37;
- нет некорректного сравнения: 0;
- воздержались: 8.

4.10. Рассмотрение рекламного ролика «Мегафон» с изображением охранников в музее, смотрящих телепередачи.

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: считаете ли вы, что указанная реклама нарушает законодательство Российской Федерации о рекламе?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 0;
- нет нарушения: 36;

- воздержались: 9.

4.11. Рассмотрение рекламного ролика «Twix» с изображением ребенка, которому скотчем заклеили рот.

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: считаете ли вы, что указанная реклама нарушает законодательство Российской Федерации о рекламе?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 0;
- нет нарушения: 34;
- воздержались: 11.

5. По предложению председателя Экспертного совета имеющиеся у членов Экспертного совета вопросы в отношении законодательства Российской Федерации о рекламе и антимонопольного законодательства в части недобросовестной конкуренции члены Экспертного совета решили обсудить на следующем заседании Экспертного совета

Председатель Экспертного совета

И.С. Гудкова