

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 № 08-2/16

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

«22» ноября 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: Олейник П.В., Аксаментов А.А., Уварова Н.С., Устинова А.А., Никитухина В.Н., Змеевская Т.Е., Марейчев В.А., Грунченко О.М., Серегин Д.И., Леонов С.В., Петров О.В., Черняховский В.С., Павлов О.В., Гаврилов Д.А., Суббот А.В., Большакова А.Е., Незнамов А.В., Закиян М.С., Кучушев С.А., Марченко Д.С., Юсупова М.А., Андросова Н.В., Никипоренкова Т.А., Хораськина И.В., Дмитрук Н.М., Астафьева Е., Якимов А.Н., Клементьева Е.В., Оберчук С.Ю., Давиденко Ю.А., Борисов С.В., Яковлева С.А., Прохорская А.Ю., Беляева И.Ю., Хованский И.Л., Мешков В.А., Григорьев Д., Симаков А.

Протокол ведет: Никитухина В.Н.

1. Вступительная часть.

Руководитель Московского УФАС России Ханян А.Э. озвучил приветственное слово.

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

Председатель Экспертного совета Гудкова И.С. огласил итоги работы Московского УФАС России в части контроля за рекламным законодательством и пресечения недобросовестной конкуренции за 2016 год.

Председатель рассказал о наиболее интересных делах за 2016 год. Председатель и начальник отдела контроля за рекламной деятельностью и пресечения недобросовестной конкуренции Олейник П.В. также осветили 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 результаты применения института предупреждения в части недобросовестной конкуренции, введенного в рамках четвертого антимонопольного пакета и вступившего в силу в 2016 году.

4. Обсуждение рекламных сюжетов на соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе и материалов, рассматриваемых на соответствие антимонопольному законодательству.

4.1. Рассмотрение изображения упаковки карбонада с нанесенным на нее текстом «Французские мясные деликатесы» от производителя ЗАО «Ле Бон Гу», зарегистрированного на территории Российской Федерации, на предмет введения потребителей в заблуждения относительно места производства товара (Российская Федерация), а также относительно состава продукта. Представленное изображение упаковки продукта содержит крупную надпись «99,2% свинины-карбонада и еще 0,8% сахара и соли», однако в составе продукта указаны и иные добавки.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения по первому вопросу:

- «на рассматриваемом продукте надпись на лицевой стороне явно противоречит надписи на оборотной стороне»;
- «французские мясные деликатесы имеет два значения: изготовлено во Франции и изготовлено по французскому рецепту; на оборотной стороне упаковки продукта производитель указывает, что продукт изготовлен в России, следовательно, потребитель не вводится в заблуждение»;
- «упаковка продукта выполнена на русском языке, что уже говорит о том, что продукт изготовлен в России»;
- «небольшое отклонение состава от указанного на лицевой стороне не является недобросовестной конкуренцией»;
- «изготовитель целенаправленно привлекал внимание потребителя к составу, указанному именно на лицевой стороне упаковки продукта, путем использования крупного шрифта с процентным соотношением состава продукта, чтобы не возникало желания изучить мелкий шрифт, следовательно, данные действия направлены на получение конкурентного преимущества».

Перед участниками Экспертного совета были поставлены следующие вопросы:

- содержатся ли в действиях производителя признаки недобросовестной конкуренции в части указания на упаковке продукта «Французские мясные деликатесы».

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 4;
- нет нарушения: 32;
- воздержались: 3.

- содержатся ли в действиях производителя признаки недобросовестной конкуренции в части указания на упаковке продукта состава «99,2% свинины-карбоната и еще 0,8% сахара и соли ...и ничего больше».

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 16;
- нет нарушения: 10;
- воздержались: 13.

4.2. Рассмотрение рекламы «Откоси от армии за 30 000 рублей», размещенной в системе «Яндекс.Директ», с указанием сайта antiprizyv.org.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «слово «откоси» изначально несет негативный оттенок»;
- «реклама сформулирована таким образом, что предлагает незаконные услуги»;
- «рассматриваемая реклама дискредитирует образ правоохранительных органов и военнослужащих»;
- «рассматриваемая реклама прямым образом призывает к совершению противоправных действий»;
- «по сути, рассматриваемая реклама содержит в себе гарантию «откоса» от армии».

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: 21;
- нет нарушения: 0;
- воздержались: 18.

4.3. Рассмотрение рекламной статьи под заголовком «Оружие победы над аденомой и простатитом», в которой эффективность действия медицинского прибора сравнивается с победой в Великой Отечественной войне, на наличие признаков нарушения Закона о рекламе.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «рассматриваемая реклама является оскорбительной, ставя тождество между значением победы в Великой Отечественной войне и значением появления медицинского прибора, способного победить аденому и простатит»;
- «упоминание органов, для излечения которых применяется рекламируемый препарат, с отсылкой к победе в Великой Отечественной войне является оскорбительным»;

- «указанная реклама гарантирует излечение, а потому нарушает Закон о рекламе».

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: 31;
- нет нарушения: 0;
- воздержались: 8.

4.4 Рассмотрение рекламы торгово-выставочного центра «ВЕКТОР», предлагающего приобрести подарки к 23 февраля, с использованием фотографий времен Великой Отечественной войны на наличие признаков нарушения Закона о рекламе.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «рассматриваемая реклама безвкусна, однако не нарушает Закон о рекламе»;
- «указанная реклама привлекает к приобретению подарков непосредственно к 23 февраля, то есть празднику, посвященному защитникам Отечества, поэтому использование образов Великой Отечественной войны не может быть признано как нарушение Закона о рекламе».

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

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 1;
- нет нарушения: 29;
- воздержались: 9.

4.5. Рассмотрение рекламы «Стоматология-77» с изображением девушки в бикини, рекламирующей акцию по оказанию бесплатных услуг при условии, если девушки придут в рекламируемую стоматологию в купальнике, на наличие признаков нарушения Закона о рекламе.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «рекламная акция является неэтичной, поскольку в стоматологии могут быть и дети, которые непосредственно будут наблюдать желающих принять участие в данной акции»;
- «по одному из условий акции необходимо сфотографировать себя в купальнике. Скорее всего, фотографию необходимо будет где-либо разместить, следовательно, объектом рекламирования является не просто бесплатное оказание услуг, а сама стоматология, в которой проводится данная акция».

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: 1;
- нет нарушения: 24;
- воздержались: 14.

4.6. Рассмотрение рекламы фильма «Очень плохие мамочки» со слоганом «ХОЧЕШЬ КУНИС?» 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?

Участником Экспертного совета было озвучено следующее мнение:

- «я не знаю актрису Кунис».

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 1;
- нет нарушения: 23;
- воздержались: 15.

4.7. Рассмотрение вопроса о наличии в действиях АО «ТАКСИ МОСКВА» признаков недобросовестной конкуренции, выразившихся в использовании слоганов «официальный проект Правительства Москвы», «официальное такси города» и др.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «рассматриваемые слоганы создают у потребителя ассоциацию с надежностью, профессионализмом, безопасностью поездки, пунктуальностью МОСТАКСИ, а также гарантируют потребителю честный расчет за оказанные услуги, что создает конкурентные преимущества по сравнению с «неофициальными» службами такси города Москвы»;
- «фраза «такси столицы» гарантирует, что это лучшая служба такси в городе»;
- «фраза «официальное такси» ассоциируется с государственными органами»;
- «с точки зрения семантики, слово «официальный» означает «исходящий, установленный Правительством», а также выражает гарантию законности и предложение всего пакета услуг для потребителей».

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: считаете ли вы, что в рассматриваемых действиях содержатся признаки недобросовестной конкуренции?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 34;
- нет нарушения: 0;
- воздержались: 5.

4.8. Рассмотрение рекламы Негосударственного пенсионного фонда «Будущее» с изображением людей, высунувшихся из поезда на ходу, на наличие признаков нарушения Закона о рекламе.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «рассматриваемая реклама не содержит призыва, а является лишь демонстрацией противоправных действий».

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

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 1;
- нет нарушения: 30;
- воздержались: 8.

4.9. Рассмотрение рекламы «У мужа стоячок по 4 часа – лишь одна капля и он долбит меня», «У мужа стоит по 6 часов — лишь 1 капля и он жахнет меня» 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: 25;
- нет нарушения: 0;
- воздержались: 14

4.10. Рассмотрение рекламы, размещенной на рекламной конструкции, с употреблением слогана «ПЛОДИТЕСЬ!» и надписью «18 детских садов».

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «данный призыв представляет собой неполную цитату из Ветхого Завета: «Плодитесь и размножайтесь», однако неполнота этой цитаты не является сама по себе неэтичной».

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: 35;
- воздержались: 4.

4.11. Рассмотрение рекламы, размещенной на рекламной конструкции, с употреблением слогана «ДОНСТРОЙ – СИМВОЛ И СЕРДЦЕ СТОЛИЦЫ».

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «Донстрой равно сердцу и символу столицы, следовательно, данная строительная компания представляется ведущей в городе Москве»;
- «намеренно опустив кавычки в рассматриваемом слогане, рекламодатель пытался сказать о том, что его компания является лучшей»;
- мелкий шрифт не позволяет потребителю прочитать, что в слогане упоминаются именно названия жилищных комплексов».

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: 10;
- нет нарушения: 9;
- воздержались: 20.

4.12. Рассмотрение рекламного ролика смартфона от «Мегафон» с использованием следующего диалога: «– Еще школа не началась, а ты такой умный. В папу? – Нет, в смартфон».

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «данная реклама демонстрирует, что смартфон может использоваться не только для игр, но и для обучения»;
- «рассматриваемая реклама, исходя из ее содержания, направлена на детей, несмотря на то, что в рекламном ролике появляются полные условия акции, содержащие действительную цену гаджета (чтобы приобрести гаджет за 990 рублей, необходимо воспользоваться опцией «бонус 3000 рублей на счет на 5 месяцев»), понятно, что детьми они не воспринимаются. Следовательно, рекламодатель намеренно вводит непосредственных потребителей в заблуждение, создавая у детей иллюзию доступности рассматриваемого гаджета для семьи любого уровня достатка»;
- «реклама позволяет родителям узнать о том, что ребенок может обучаться также и с помощью смартфона, она не может дискредитировать родителей в глазах ребенка».

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: 9.

4.13. Рассмотрение рекламного ролика «ЯндексТакси», в котором водитель такси высаживает пассажира во втором ряду проезжей части.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «рассматриваемая реклама не призывает к совершению противоправных действий, поскольку действия по остановке транспортного средства совершает водитель, а не пассажир»;
- «реклама не призывает к совершению противоправных действий, поскольку рекламирует приложение, с помощью которого невозможно совершить противоправные действия».

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: 1;
- нет нарушения: 30;
- воздержались: 8.

4.14. Рассмотрение рекламного ролика с использованием фразы «Не смотрел «Игру престолов»? С тобой не о чем разговаривать».

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «рассматриваемая реклама воспринимается только как комедийная и потому не может нарушать Закон о рекламе»;
- «необходимо рассматривать также ситуацию, в которой произносится эта фраза».

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: формирует ли реклама негативное отношение к лицам, которые не смотрели сериал «Игра престолов», или осуждает таких лиц?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 3;
- нет нарушения: 26;
- воздержались: 10.

4.15. Рассмотрение рекламы, распространенной с помощью радиовещания с употреблением слогана «Разнесем клуб в щепки».

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «данная реклама не является призывом к совершению противоправных действий, поскольку рассматриваемая фраза является «сленгом», а также строчкой одной из песен исполнителя «МОТ»;
- «реклама нарушает законодательство о рекламе, поскольку направлена на зрителей 12 лет, которые зарядившись таким призывом могут пойти на совершение противоправных действий».

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: считаете ли вы, что указанная реклама призывает к осуществлению противоправных действий?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- есть нарушение: 6;
- нет нарушения: 15;
- воздержались: 18.

4.16. Рассмотрение рекламы сериала «Мыслить как убийца».

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «проблема лежит не в рекламе, а в самом сериале и его характере»;
- «мне бы не хотелось, чтобы мой ребенок услышал такую рекламу».

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: 6;
- нет нарушения: 7;
- воздержались: 26.

Председатель Экспертного совета

И.С. Гудкова