



ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА
Управление по г. Москве

ПРОТОКОЛ № 08-1/22

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

«01» июля 2022 года

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: Шилова Т.А., Почекутова А.А., Стукалова И.А., Иванова Ю.Е., Уварова Н.С., Семенова К.В., Большакова А.Е., Воронин М.М., Григорьев Д.М., Грунченко О.М., Змеевская Т.Е., Калашникова А.А., Качанов А.Н., Клементьева Е.В., Котюх М.В., Мягченкова Н.А., Павлова Э.А., Погодин Д.В., Столяренко Л.С., Тимоничева И.Н., Яндиева Р.А., Хасянов Э.Н., Холод И.А.;

приглашенные участники: Бояджан Г.Г., Попов А.М., Ворошилова Д.С.

Протокол ведет: Шилова Т.А.

1. Вступительная часть.

Председатель Экспертного совета Гудкова И.С. рассказала о состоянии рекламного рынка, в частности обратила внимание на принятие законодателем различных мер по поддержке предпринимателей, например, в сфере наружной рекламы, а также о внесении изменений в Кодекс об административных правонарушениях Российской Федерации в части снижения суммы административных штрафов для субъектов малого предпринимательства и социально ориентированных некоммерческих организаций.

2. Обсуждение рекламных макетов на соответствие законодательству Российской Федерации о рекламе и материалов, рассматриваемых на соответствие антимонопольному законодательству.

2.1. Рассмотрение логотипа магазина «Ситилинк» с использованием слогана «Ситилинк. Лучшее для тебя» на предмет наличия акта недобросовестной конкуренции. Участникам Экспертного совета

продемонстрирован макет рассматриваемой рекламы.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «Данная фраза представляет из себя элатив (прим. абсолютная (безотносительная) превосходная степень слова), и несет смысловое значение «лучшее для тебя» безотносительно какой-то конкретной продукции, фраза не говорит о том, что есть какое-то сравнение чего-то с чем-то»;
- «Когда говорится «лучшее для вас», «лучшее для тебя», имеется в виду, что это субъективно для конкретного потребителя. С его точки зрения, возможно, товар лучше, но это вовсе не значит, что в качестве объектов сравнения выступают различные игроки на рынке».

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: имеются ли в продемонстрированных материалах признаки акта недобросовестной конкуренции в форме некорректного сравнения?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

да: 4;

нет: 20;

воздержались: 0.

2.2. Рассмотрение нескольких рекламных макетов на предмет неэтичности.

2.2.1. Реклама сериала «Детективное агентство Мухича» с изображением глубокого декольте одной из главных героинь. Участникам Экспертного совета продемонстрирован макет рассматриваемой рекламы.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «Если по сюжету сериала между персонажами есть взаимная симпатия, то что неэтичного в подобного рода образе. То что он является пошлым — это безусловно, но едва ли наказуема пошлость с точки зрения рекламного законодательства»;
- «Чтобы избавиться от подобного рода рекламы необходимо изменять само законодательство в сторону ужесточения, но в таком случае возникает проблема проявления цензуры»;
- «Что мы считаем здесь неэтичным? Неэтично то, что в рекламе сериала используется вот это увеличенное изображение женской груди? Или в принципе изображение женской груди? Просто замените название «Детективное агентство Мухича» на название «Магазин нижнего белья». Вопрос в том, как оценивать этот разрез, какой разрез допустим. В данных оценках есть вероятность дойти до абсурда».

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: является ли данная реклама неэтичной?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- да: 6;
- нет: 17;
- воздержались: 1.

2.2.2. Реклама лекарственного препарата «Налгезин», в которой образ боли представлен актером, на нижнюю часть тела которого в конце видеоролика падает таблетка. Участникам Экспертного совета продемонстрирован видеоролик и изображение рассматриваемой рекламы.

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: является ли данная реклама неэтичной?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- да: 0;
- нет: 24;
- воздержались: 0.

2.2.3. Рассмотрение рекламы сети ресторанов быстрого питания «HOT DOG BULLDOG» с изображением одной из позиций меню под названием «Реасе датский дог». Участникам Экспертного совета продемонстрировано изображение рассматриваемой рекламы.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «Если матерный корень и матерная внешняя фонетическая форма восстанавливаются в один ход, не допускают вариативности или альтернативности, и читаются только так, то лучше так не делать, потому что за это может наступить ответственность»;
- «Мы потребляем информацию разными способами. Семантическое восприятие – как это устно звучит. Когда мы читаем у себя в голове в первый раз эту информацию, мы потребляем это именно семантическим способом. Мы не можем прочитать это по-другому. Мы в любом случае слышим то, что слышим, и слышим это как носители русского языка. А на русском языке это имеет определенную транскрипцию».

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: является ли данная реклама неэтичной?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- да: 15;
- нет: 9;
- воздержались: 0.

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: используется ли в данной рекламе бранное слово?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- да: 20;
- нет: 4;
- воздержались: 0.

2.2.4. Рассмотрение рекламы банковской карты со слоганом «Умные знают, как заработать 12% годовых по Альфа-Вкладу». Участникам Экспертного совета продемонстрировано изображение рассматриваемой рекламы.

Участниками Экспертного совета были озвучены следующие мнения:

- «На мой взгляд, если умные знают, как заработать, это не значит, что умные пользуются услугами Альфа-Банка, а все остальные глупые. С точки зрения языка здесь нет и не может быть обязательного следствия»;
- «Считаю, что из рекламы не прослеживается привязки именно к Альфа-Банку. Здесь есть некое утверждение «умные знают, как заработать», никто не говорит, что это обязательно включает в себя использование продукта Альфа-Банка».

Перед участниками Экспертного совета был поставлен вопрос: является ли данная реклама неэтичной (формирует оскорбительный образ в отношении тех, кто не приобретет рекламируемый продукт)?

Голоса членов Экспертного совета распределились следующим образом:

- да: 2;
- нет: 22;
- воздержались: 0.

2.2.5. Участникам Экспертного совета были продемонстрированы рекламные макеты «Бесплатная дебетовая карта» для выражения мнения, может ли данное утверждение вводить в заблуждение, учитывая, что в качестве бесплатных предлагается только часть услуг (обслуживание и выпуск самой карты), а другая часть является платной. Участниками были выражены многочисленные мнения, в том числе, важность определения, какие услуги являются базовыми для потребителя, и предлагает ли их банк бесплатно. Также эксперты обратили внимание на необходимость установления способа распространения подобной рекламы, и возможности уточнения привлекательной информации непосредственно при ее прочтении. Участники Экспертного совета предложили и далее выносить на Экспертный совет подобные спорные кейсы для изучения и формирования однозначной оценки.

3. Обсуждение вопросов по итогам заседания Экспертного совета.

Председатель Экспертного совета, заместитель руководителя Московского УФАС России Гудкова И.С. и начальник отдела контроля за рекламной деятельностью и пресечения недобросовестной конкуренции Управления Федеральной антимонопольной службы по г. Москве Шилова Т.А. ответили на вопросы.

Председатель Экспертного совета



И.С. Гудкова