

## Протокол № 2

Заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при  
Управлении Федеральной антимонопольной службы по Ханты- Мансийскому  
автономному округу — Югре

г. Ханты-Мансийск

08.12.2016 г.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬСТВОВАЛ:

<...>

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

<...>

Члены Экспертного совета:

<...>

<...>

<...>

<...>

<...>

<...>

<...>

В соответствии с Положением об Экспертном совете по применению законодательства о рекламе при Ханты-Мансийском УФАС России, в целях рассмотрения вопросов, связанных с применением законодательства Российской Федерации о рекламе, а также выработки предложений по его совершенствованию, 08.12.2016 в 16.00 состоялось заседание Экспертного совета.

1) Рассмотрено содержание рекламы Офис Комплекта, размещенной на автомобиле «Газель» с государственным номером: х511хх 86rus, с павой стороны которого: изображение девушки с молотком в руках и агрессивным выражением лица, с преднамеренным действием разбить Ноут Бук, с текстом «Просто бестолково ищем где попало», с левой стороны автомобиля: изображение двух мужчин стоявших друг напротив друга, один из которых в приказном тоне, что видно по выражению лица, указывает на то, чтоб заказывали все только в офис комплекте.

Рассмотрев данную рекламу, члены Экспертного совета по применению законодательства о рекламе единогласно пришли к выводу о наличии признаков нарушения пункта 1 части 4 статьи 5 ФЗ от 13.03.2006 № 38 «О рекламе», согласно которому реклама не должна призывать к насилию и жестокости;

2) Рассмотрено содержание рекламы, размещенной на автомобиле Iveco с государственным номером: **X 353 ET 50 RUS**, осуществляющего распространение рекламы на территории Ханты-Мансийского автономного округа — Югры, с

изображением лежащей полуобнаженной девушки с текстом «RUSPANEL ложится на все», с указанием адреса сайта: [www.ruspanel.ru](http://www.ruspanel.ru).

По результатам оценки данной рекламы члены Экспертного совета по применению законодательства о рекламе единогласно пришли к выводу о наличии признаков нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

3) На предмет соответствия Федеральному Закону от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» рассмотрена реклама радио «Серебряный дождь», размещенная в рекламно-информационном журнале «Сити Югра» от 15.11.2016 № 17(150) на 49 странице, с текстом «Никого не слушай» 102.0 Fm Серебряный дождь.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Из представленной рекламы следует, что объектом рекламирования является радио «Серебряный дождь», согласно данной рекламе цель рекламодателя привлечь внимание именно к его радиостанции. Словесный оборот «Никого не слушай» 102.0 Fm Серебряный дождь, противоречит обычаям делового оборота, требованиям добросовестности, разумности и справедливости и может причинить убытки конкурентам или нанести вред деловой репутации.

Согласно пункту 4 части 2 статьи 5 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» недобросовестной признается реклама, которая является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

По результатам оценки данной рекламы члены Экспертного совета по применению законодательства о рекламе пришли к выводу о наличии признаков нарушения части 1 статьи 5, пункта 4 части 2 статьи 5 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе».

4) На предмет соответствия Федеральному Закону от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» рассмотрена рекламная растяжка размещенная в г. Ханты-Мансийске по улице Мира, 44 с текстом «Распродажа постельного белья, кожаных курток, дубленок и обуви. Только 1 день напрямую от склада. -50%, 70%. Таможенные органы Санкт-Петербурга, таможенный терминал № 17 согласно суда о конфискации передали товары в территориальное управление «Росимущество» произвели экспертизу товара на предмет соответствия ГОСТа и нормам торговли, и приняли

решение о его реализации с помощью социальной рекламы»

В соответствии с частью 1 статьи 5<sup>1</sup> Федерального Закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

В соответствии с частью 7 статьи 5 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» не допускается реклама, в которой отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или использования, если при этом искажается смысл информации и вводится в заблуждение потребители рекламы.

По результатам оценки данной рекламы члены Экспертного совета по применению законодательства о рекламе единогласно пришли к выводу о наличии признаков нарушения части 1 статьи 5, части 7 статьи 5 Федерального Закона от 13.03.2006 № 38 «О рекламе».

5) До членов Экспертного совета доведены разъяснения ФАС России отдельных положений Федерального закона 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

6) По итогам заседания Экспертным советом по рекламе Управлению Федеральной антимонопольной службы по Ханты-Мансийскому автономному округу — Югре рекомендовано:

-возбудить дело о нарушении рекламного законодательства, по признакам нарушения пункта 1 части 4 статьи 5 ФЗ от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» в отношении рекламораспространителя, разместившего рекламу Офис Комплекта на автомобиле «Газель» с государственным номером: х511хх 86rus, с правой стороны которого: изображение девушки с молотком в руках и агрессивным выражением лица, с преднамеренным действием разбить Ноут Бук, с текстом «Просто бестолково ищем где попало», с левой стороны автомобиля: изображение двух мужчин стоявших друг напротив друга, один из которых в приказном тоне, что видно по выражению лица, указывает на то, чтоб заказывали все только в офис комплекте;

-возбудить дело о нарушении рекламного законодательства, по признакам нарушения части 6 статьи 5 ФЗ от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» в отношении рекламораспространителя, осуществляющего распространение рекламы на автомобиле Iveco с государственным номером: **X 353 ET 50 RUS**, на территории Ханты-Мансийского автономного округа — Югры, с изображением лежащей полуобнаженной девушки с текстом «RUSPANEL ложится на все», с указанием адреса сайта: [www.ruspanel.ru](http://www.ruspanel.ru).

-возбудить дело о нарушении рекламного законодательства, по признакам нарушения части 1 статьи 5, пункта 4 части 2 статьи 5 ФЗ от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» в отношении рекламораспространителя, разместившего рекламу радио «Серебряный дождь, размещенную в рекламно-информационном журнале «Сити Югра» от 15.11.2016 № 17(150) на 49 странице, с текстом «Никого не слушай» 102.0

Гм Серебряный дождь.

-возбудить дело о нарушении рекламного законодательства, по признакам нарушения части 1 статьи 5, части 7 статьи 5 ФЗ от 13.03.2006 № 38 «О рекламе» в отношении рекламораспространителя, разместившего рекламу в г. Ханты-Мансийске по улице Мира, 44, с текстом «Распродажа постельного белья, кожаных курток, дубленок и обуви. Только 1 день напрямую от склада. -50%, 70%. Таможенные органы Санкт-Петербурга, таможенный терминал № 17 согласно суда о конфискации передали товары в территориальное управление «Росимущество» произвели экспертизу товара на предмет соответствия ГОСТа и нормам торговли, и приняли решение о его реализации с помощью социальной рекламы»

Кроме того, Департаменту градостроительства и архитектуры города Ханты-Мансийска рекомендовано рассмотреть вопрос о внесении в муниципальные нормативно-правовые акты дополнений (изменений) в части установления порядка распространения звуковой рекламы на территории Муниципального образования г. Ханты-Мансийска в местах общего пользования (торговые центры, парки, улицы города). (Кроме звуковой рекламы с использованием автотранспортных средств).

<...>

<...>