

Оренбургское УФАС РОССИИ
ПРОТОКОЛ № 1 от 14.06.2018 года
ЗАСЕДАНИЯ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА ПО ПРИМЕНЕНИЮ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ РФ.

Председатель Экспертного совета:

- Полубоярова Людмила Юрьевна - заместитель руководителя Управления – начальник отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области.

Присутствовали Члены Экспертного Совета:

- Абрамова Юлия Борисовна – ответственный секретарь Экспертного совета, специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области.
- Мананникова Виктория Викторовна – специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области.
- Дмитриева Наталья Михайловна - кандидат филологических наук, Доцент кафедры русской филологии и методики преподавания русского языка ГОУ ВПО «Оренбургский Государственный университет».
- Кудашова Юлия Владимировна – доктор политических наук, заведующая кафедрой «Связи с общественностью» ГОУ «Оренбургский Государственный университет».

Также присутствовали приглашенные лица:

- Ушакова Альбина Георгиевна – заявительница по вопросу трансляции на радио рекламы магазина «Молоток» с использованием голоса, тождественным голосу диктора Левитана.
- Жаркина Ольга Владимировна – директор магазина «Молоток».
- Павлов Павел Александрович – Юрисконсульт 1й категории юрид/отдела Отделения по Оренбургской области Уральского Главного Управления ЦБ РФ.

На заседании Экспертного совета обсудили вопросы:

1. Воспринимается ли потребителями финансовых услуг реклама, в которой существенные условия указаны мелким, труднодоступным для прочтения способом?
 - в телевизионном ролике ПК «Семейная копилка»;
 - в телевизионном ролике МКК «Джет Мани Микрофинанс».

2. Можно ли считать, что реклама магазина «Молоток», транслируемая на радио с использованием голоса тождественным голосу диктора Левитана, оскорбительной?
3. Допустимо ли использование для привлечения внимания потребителей к магазину на электронном табло содержание следующих слов: «ПИВДОС, БУХЛО, ДЕШЕВОЕ ПОЙЛО»?

По результату обсуждения участники Совета пришли к следующему:

1. Реклама финансовых услуг, предоставляемых ПК «Семейная копилка», МКК «Джет Мани Микрофинанс», транслируемая в эфире областного телеканала, выполнена мелким шрифтом, труднодоступным для восприятия потребителей. Времени для ознакомления существенных условий оказываемой услуги недостаточно. Большую часть рекламы занимает наиболее привлекательная для потребителя информация о предоставляемых финансовых услугах, которая изложена крупным шрифтом. Остальная информация в отношении других условий предоставляемых финансовых услуг отражена значительно меньшим шрифтом по сравнению с привлекательными условиями. Потребители рекламы не имеют возможности ознакомиться с указанными сведениями обычным способом без использования специальных средств и в течение времени, в которое возможно восприятие данной информации.

Информация в рекламе финансовых услуг: ПК «Семейная копилка» и МКК «Джет Мани Микрофинанс» изображена таким образом, что она не воспринимается или плохо воспринимается потребителем, и это обстоятельство приводит к искажению ее смысла и может ввести в заблуждение потребителей данной рекламы. Информацию, изложенную мелким шрифтом следует считать отсутствующей, поскольку отсутствует часть существенной информации о рекламируемом товаре и условиях его приобретения. При этом оценка такой рекламы осуществляется с позиции обычного потребителя, не обладающего специальными знаниями.

Таким образом, реклама, в которой существенные условия указаны мелким, труднодоступным для прочтения способом, лишает возможности потребителя для целостного восприятия всей информации в отношении предоставляемых финансовых услуг, тогда как текст рекламы финансовых услуг должен читаться без затруднения и быть доступным для восприятия рекламы финансовых услуг в целом.

По итогам голосования, участники экспертного совета единогласно решили, что информация, изложенная мелким, труднодоступным для восприятия шрифтом, не воспринимается потребителями должным образом.

2. Реклама магазина «Молоток», реализующего хозяйственные товары и инструменты, транслируется на радио «Маяк» с использованием голоса, тождественным голосу диктора Ю. Левитана.

Голос диктора Левитана принято считать неофициальной государственной символикой и политическим брендом, который связан с патриотическими чувствами людей. Этот голос ассоциируется с объявлением Великой Отечественной Войны и, следовательно, определенными тревожными эмоциями и переживаниями.

По итогам голосования, члены экспертного совета единогласно решили, что использование легендарного голоса диктора Юрия Левитана в рекламе магазина «Молоток», реализующего инструменты и хозяйственные товары, следует считать неэтичным, поскольку привлечение внимание потребителей к указанному магазину подобным образом – обесценивает значимость и принижает те события, которые ассоциируются с Великой Отечественной Войной.

3. Продуктовый магазин «Иваныч» для привлечения внимания потребителей к магазину на электронном табло использовал следующие слова: «ПИВДОС, БУХЛО, ДЕШЕВОЕ ПОЙЛО».

Подобные выражения относятся к жаргонам, то есть асоциальной группе людей, и не содержат в себе функциональной значимости. Существование в письменной речи таких слов как: «пивдос, бухло, дешевое пойло» недопустимо. Использование подобных слов затрагивает общепринятые нормы морали, этические принципы и проявляет неуважение к потребителям данного магазина. Кроме того, данные выражения доступны для просмотра детям.

Эксперты единогласно пришли к мнению, что использование подобного рода слов для привлечения внимание потребителей – неприемлемо. Рекламодателю следует выбрать новые способы подачи при рекламировании своего магазина.

На основании выше изложенного, решение экспертного совета от 14.06.2018г. следует учитывать при рассмотрении заявлений, поступивших в Оренбургское УФАС России и возбуждении/рассмотрении дел по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе.

Председатель совещания

Ответственный секретарь



Л.Ю. Полубоярова

Ю.Б. Абрамова

