

ПРОТОКОЛ №2 от 23.04.2021 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:

- Кирина Дарья Станиславовна – ответственный секретарь Экспертного совета, специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области;
- Щур Анна Владимировна – 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»;
- Бобров Александр Александрович – главный юрисконсульт юридического отдела Отделения по Оренбургской области Уральского главного управления ЦБ РФ;
- Ушаков Алексей Вячеславович - вице – президент Союза «ТПП Оренбургской области»;
- Маринин Алексей Петрович – Президент Федерации рестораторов и отельеров Оренбургской области (заочно);
- Зубова Людмила Викторовна - Заведующая кафедрой общей психологии и психологии личности ФГБОУ ВО «ОГУ», профессор, доктор психологических наук (заочно).

Также присутствовала:

Демина Татьяна Владимировна – генеральный директор группы компаний «Секретория»;

На заседании Экспертного совета обсудили вопросы:

1. Оценка смысловой нагрузки рекламного слогана группы компаний «Секретория» «ЛУЧШИЕ РАБОТАЮТ С ЛУЧШИМИ». может ли данная реклама создать ощущение превосходства продавца и потребителей рекламируемых товаров/услуг над иными продавцами аналогичных товаров/услуг и потребителями, которые не совершают покупки в магазинах ГК «Секретория», и сформировать у последних чувство неполноценности?

2. Является ли рекламой товар - алкогольная продукция конкретных марок крепостью свыше 5,5% содержания этилового спирта, размещенный в витрине магазина «СОВИН»? Если да, то допустима ли такая реклама?

3. Является ли рекламой изображение супергероя - Дедпул (англ. Deadpool), на спине которого размещен дымящийся кальян, размещенное на витрине магазина кальянов «DYMSHOP»? Если да, то насколько такая реклама этична?

По результатам обсуждения участники Совета пришли к следующему:

1. Члены Совета единогласно указали на то, что данная реклама не формирует негативное отношение к другим продавцам, реализующим аналогичные товары/услуги, и их потребителям и не способна дискредитировать их и оказать отрицательное воздействие на целевую аудиторию.

Вместе с тем, в отношении ИП Деминой Т.В. антимонопольным органом возбуждено дело по признакам нарушения требований п. 1 ч. 3, п. 4 ч. 4 ст. 5 Закона о рекламе. При вынесении решения по данному делу Оренбургским УФАС России будет учтено решение Экспертного совета.

2. По результатам голосования, члены Экспертного Совета единогласно пришли к следующему мнению: подобная выкладка товара однозначно произведена в рекламных целях. Учитывая способ распространения спорной рекламы алкогольной продукции, а также тот факт, что данная реклама доступна для восприятия исключительно лицам, находящимся вне стационарного торгового объекта, осуществляющую розничную продажу алкогольной продукции – использование подобного способа рекламирования для привлечения внимания потребителей недопустимо.

На основании изложенного, членами ЭС принято решение - рекламодателю следует выбрать иной способ подачи при рекламировании алкогольной продукции - с целью исключить доступность рекламной информации об алкогольной продукции с содержанием этилового спирта пять и более процентов объема готовой продукции неопределенному кругу лиц, в том числе - несовершеннолетним.

Мнение экспертов будет учтено Оренбургским УФАС России при решении вопроса о возбуждении комиссионного дела в отношении рекламодателя.

3. Члены Совета однозначно указали на то, что данная информация является рекламой, причем ориентированной на подростков, ведь в ней используется образ популярного героя комиксов. Она пропагандирует курение кальянов, употребление табака и создает образ «сверх-человека» в отношении потребителей рекламы, особенно – несовершеннолетних, поэтому дальнейшее ее распространение крайне недопустимо.

Мнение экспертов будет учтено Оренбургским УФАС России при решении вопроса о возбуждении комиссионного дела в отношении рекламодателя.

Председатель совещания

Ответственный секретарь



Л.Ю. Полубоярова

Д.С. Кирина