

**ПРОТОКОЛ № 2 от 25.12.2019 года**  
**ЗАСЕДАНИЯ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА ПО ПРИМЕНЕНИЮ**  
**ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РФ О РЕКЛАМЕ.**

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:

- Ушаков Алексей Вячеславович – Вице-президент Союза «ТПШ Оренбургской области»
- Маринин Александр Петрович - президент Федерации рестораторов и отельеров Оренбургской области
- Бобров Александр Александрович – главный юрисконсульт юридического отдела Отделения по Оренбургской области Уральского главного управления ЦБ РФ
- Абрамова Юлия Борисовна – ответственный секретарь Экспертного совета, ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области
- Куракина Кристина Сергеевна – специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей Управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области
- Анохина Екатерина Андреевна - специалиста – эксперта отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей Оренбургского УФАС России.

Также присутствовали приглашенные лица:

1. Кондаурова Лина Ивановна – начальник управления защиты интересов банка в сфере корпоративного бизнеса и взаимодействия с органами власти Оренбургского отделения № 8623 ПАО «Сбербанк».

2. Редина Юлия Петровна – начальник отдела защиты интересов банка в сфере корпоративного бизнеса и взаимодействия с органами власти Оренбургского отделения № 8623 ПАО «Сбербанк»;

## На заседании Экспертного совета обсудили следующие вопросы:

1) Использование кредитно – потребительским кооперативом «СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ» при осуществлении своей деятельности цветовой гаммы (от светло зеленого до темно - зеленого оттенков), шрифта, а также элементов оформления, сходных с товарным знаком ПАО «Сбербанк».

### Вопрос для обсуждения членами ЭС:

- может ли использование цветовой гаммы, шрифта, а также элементов оформления при осуществлении деятельности КПК «СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ» привести к смешению с товарным знаком ПАО «Сбербанк».

2) Реклама пива, распространяемая на холодильном оборудовании, которое установлено у панорамного окна магазина «КЕГА» с текстом: «MUNCHEN/ Paulaner/ PAULANERGARTEN/ Paulaner Hefe-Weissbier Naturtrub/ ВАРИТСЯ В МЮНХЕНЕ С 1634 ГОДА/ 18 ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ», с изображением пивной бутылкой и бокалом с пенным напитком (пиво).

Вопрос для обсуждения членами ЭС: - «выходит» (распространяется) ли спорная реклама пива за пределы заведения, реализующего рекламируемую алкогольную продукцию, с учетом способа размещения данной рекламы?

## По результату обсуждения участники Совета пришли к следующему:

1) На заседании ЭС представители ПАО «Сбербанк России» сообщили, что ПАО «Сбербанк» является правообладателем товарного знака  **СБЕРБАНК**

В ходе заседания члены Экспертного Совета выразили мнение, что кредитно – потребительский кооператив «СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ» при осуществлении своей деятельности использует цветовую гамму и элементы оформления, сходные с товарным знаком ПАО «Сбербанк», а также уникальный фирменный шрифт, который был разработан непосредственно для ПАО «Сбербанк» с целью формирования индивидуальности на рынке соответствующих финансовых услуг. Таким образом, складывается впечатление, что КПК «СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ» имитирует деятельность ПАО «Сбербанк».

Кроме этого, ПАО «Сбербанк» при осуществлении и рекламировании своей деятельности использует социальную тематику, например, сюжеты о быте молодой семьи, помощи пожилым людям, взаимоотношениях людей разных поколений. КПК «СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ» использует в своей рекламной деятельности аналогичные сюжеты. Следовательно, использование схожей тематики в рекламе может вызвать у потребителей ложное впечатление о некоторой связи между КПК «СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ» и ПАО «Сбербанк».

Также, члены ЭС Как считают, что товарный знак ПАО «Сбербанк России» «завоевал» доверие потребителей и является некой гарантией достойного качества предоставляемых финансовых услуг и финансовой деятельности данной организации.

По результатам сравнения обозначений кредитно – потребительского кооператива и товарных знаков ПАО «Сбербанк», члены Совета пришли к выводу, что обозначения, используемые КПК «СБЕРЕГАТЕЛЬНЫЙ» имеют схожесть с товарным знаком ПАО «Сбербанк», что способно ввести в заблуждение потребителей соответствующих услуг. При этом, данное сходство установлено с позиции простого потребителя, который не обладает специальными знаниями.

2) Рекламу пива, распространяемой на холодильном оборудовании, которое установлено у панорамного окна магазина «КЕГА» с текстом: «MUNCHEN/ Paulaner/ PAULANERGARTEN/ Paulaner Hefe-Weissbier Naturtrub/ ВАРИТСЯ В МЮНХЕНЕ С 1634 ГОДА/ 18 ЧРЕЗМЕРНОЕ УПОТРЕБЛЕНИЕ АЛКОГОЛЬНОЙ ПРОДУКЦИИ ВРЕДИТ ВАШЕМУ ЗДОРОВЬЮ», с изображением пивной бутылкой и бокалом с пенным напитком (пиво), большинство членов Совета посчитали нарушающей рекламное законодательство в части законности распространения рассматриваемой рекламы алкоголя. К данному выводу члены ЭС пришли ввиду следующего: спорная реклама пива определенной марки распространяется на холодильном оборудовании, установленном у панорамного окна магазина, реализующего преимущественно алкогольную продукцию. Формально рассматриваемая реклама размещена внутри заведения, однако, учитывая способ размещения спорной рекламы – вплотную к панорамному окну, реклама недоступна для восприятия потребителей, находящихся внутри стационарного торгового объекта, тогда как доступна для просмотра неопределенному кругу лиц, находящимся за пределами магазина, реализующего алкогольную продукцию.

По результатам голосования, большинство членов Экспертного Совета пришли к следующему мнению: использование указанного способа рекламирования пива для привлечения внимания потребителей недопустимо ввиду того, что спорная реклама пива «выходит» за пределы стационарного торгового объекта, осуществляющую розничную продажу алкогольной продукции, что противоречит требованиям, установленным ФЗ «О рекламе».

Вместе с тем, в отношении индивидуального предпринимателя (лица, осуществляющего розничную торговлю пива) антимонопольным органом возбуждено дело по признакам нарушения требований части 2.1 статьи 21 Закона о рекламе. По результатам рассмотрения данного дела, Оренбургским УФАС России, будет учтено решение Экспертного совета.

Председатель совещания



Л.Ю. Полубоярова

Ответственный секретарь



Ю.Б. Абрамова

