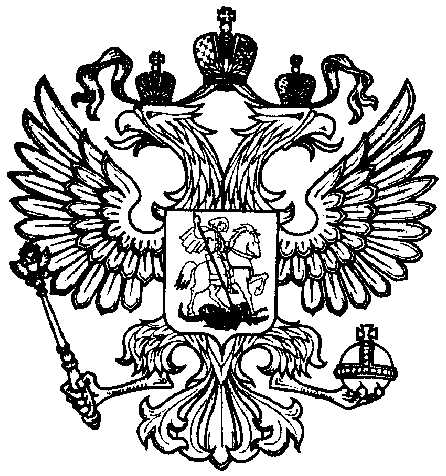
ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ЛИПЕЦКОЕ УФАС РОССИИ

**ПРОТОКОЛ**

заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Липецком УФАС России

город Липецк «30» июня 2017

Председатель: заместитель руководителя управления-начальник отдела защиты конкуренции – Шелестенко Дмитрий Алексеевич;

Члены Экспертного совета из Липецкого УФАС России:

- государственный инспектор отдела защиты конкуренции – Селезнева Юлия Владимировна;

- ведущий специалист-эксперт отдела защиты конкуренции – Тарабрина Дарья Дмитриевна;

Приглашенные члены Экспертного совета:

- доцент кафедры психологии, педагогики и специального образования ФГБОУВО «Липецкий государственный педагогический университет им. П.П. Семенова-Тян-Шанского», кандидат педагогических наук - Дормидонтов Роман Александрович;

- начальник отдела защиты прав потребителей Управления Роспотребнадзора по Липецкой области - Хромова Ольга Александровна;

- начальник отдела искусства и образования Управления культуры и туризма Липецкой области - Панкратова Лидия Николаевна;

- главный специалист-эксперт отдела лицензирования, контроля качества и безопасности медицинской деятельности управления здравоохранения Липецкой области - Бурлакова Наталья Егоровна;

- председатель комитета по рекламе и СМИ Координационного Совета по развитию малого и среднего предпринимательства в Липецкой области - Караваев Александр Михайлович;

- председатель областной общественной организации «Союз художников России» - Толчеев Сергей Анатольевич;

- представитель ЛРО «ОПОРА РОССИИ» - Емельянова Ксения Валерьевна;

- представитель ЛРО «ОПОРА РОССИИ» - Гуляев Сергей Леонидович;

- юрист ООО «Липецк-Сигнал» - Янко Филипп Михайлович;

- юрист ООО «Прайд Медиа» - Шафоростов Александр Викторович;

- заместитель директора ОБУ «ИД «Липецкая газета» - Савельев Артем Владимирович.

Председатель Экспертного совета по рекламе Шелестенко Д.А.выступилы с приветственным словом и открыла заседание Экспертного совета по рекламе при Липецком УФАС России, озвучил цели и задачи Экспертного совета.

1. Экспертным советом рассматривалась реклама ООО «Елецкое пиво».

Тарабрина Д.Д. доложила о том, что в Липецкое УФАС России поступило заявление о размещении рекламной информации ООО «Елецкое пиво» на первой полосе печатного издания.

Редакция газеты утверждает, что рекламный модуль размещенный на первой полосе газеты, содержащий информацию о компании ООО «Елецкое пиво» содержит только информацию о юридическом лице и его средствах индивидуализации, а не рекламу алкогольной продукции.

Согласно п.1 ч.2 ст. 21 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» в периодических печатных изданиях, за исключением рекламы пива и напитков, изготавливаемых на основе пива, а также вина и игристого вина (шампанского), произведенных в Российской Федерации из выращенного на территории Российской Федерации винограда, которая не должна размещаться на первой и последней полосах газет, а также на первой и последней страницах и обложках журналов;

Экспертным советом по рекламе рассматривался вопрос о том, является ли спорная реклама рекламой алкогольной продукции (пива).

Члены Экспертного совета указали на то, что в рекламе отсутствует список продукции, реализуемой ООО «Елецкое пиво». При этом общество реализует, в том числе, пиво марки «Елецкое».

Экспертный совет единогласно пришел к мнению о том, что рассматриваемая реклама общества с ограниченной ответственностью «Елецкое пиво» является рекламой алкогольной продукции.

2. Экспертным советом рассматривался ряд реклам следующего содержания: «Всегда низкие цены», «Низкие цены здесь» и др.

Тарабрина Д.Д. доложила о том, В Липецкое УФАС России поступали заявления граждан о том, что на аптеках (возле входа или на фасадах зданий) размещена рекламная информация о «низких ценах здесь», о «всегда низких ценах» и др. Указание на низкие цены побуждало заявителей обращаться за приобретением лекарств в аптеки с подобными слоганами, рассчитывая на наличие в аптеках действительно низкой цены. Однако более низкая цена на нужные им препараты оказались в других аптеках, которые при этом не позиционировали себя в качестве аптек с «низкими ценами» или «всегда низкими ценами».

Согласно [п. 4 ч. 3 ст. 5](consultantplus://offline/ref=6F4D16B0FB855867AFC7B15F5EAEF83E61AF8EFB39C8C308DF564F42E2AE42BF2CCCCCAE4289BDB8qDp3L) Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара.

Пленум ВАС РФ в [постановлении](consultantplus://offline/ref=8FF74A12E5AA28E9164EC0683D71CA2C36CE5BF1C3EBC79A3A522F064DI9q6L) от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» в [п. 29](consultantplus://offline/ref=8FF74A12E5AA28E9164EC0683D71CA2C36CE5BF1C3EBC79A3A522F064D968015954E7F1564D39F82IFq0L) указал, что при рассмотрении дел о признании рекламы недостоверной необходимо исходить из того, что информация, содержащаяся в рекламе, должна отвечать критериям достоверности, в том числе в целях формирования у потребителя верного, истинного представления о товаре (услуге), его качестве, потребительских свойствах.

Как подтверждается и заявлениями, и пояснениями заявителей, доминирующим смыслом данных слоганов для них является следующий - в аптеке с подобным слоганом цены на любые лекарственные средства низкие (то есть имеют преимущество) по сравнению с ценами в других аптеках г.Липецка или Липецкой области.

Хромова О.А. пояснила, что в соответствии с законодательством Российской Федерации о защите прав потребителей, до потребителей должна доводиться объективная и достоверная информация о цене. Конкретная цена должна соответствовать конкретной позиции с указанием наименования товара.

При этом Янко Ф.М. отметил, что прямое нарушение рекламного законодательства в данном случае отсутствует.

Большинство членов Экспертного совета пришли к выводу, что фразы «Всегда низкие цены», «Низкие цены здесь» и др. способны ввести потребителя в заблуждение.

3. Экспертным советом рассматривалась информация следующего содержания: «Единая похоронная служба» на предмет введения потребителей в заблуждение относительно причастности указанной службы к муниципальным органам.

Шелестенко Д.А. сообщил, что в г. Липецке индивидуальный предприниматель осуществляет деятельность под коммерческим наименованием «Единая похоронная служба».

Все члены Экспертного совета пришли к выводу, что использование коммерческого наименования «Единая похоронная служба», в совокупности с использованием герба г. Липецка, создает впечатление причастности службы к муниципальным органам.

4. Членами Экспертного совета были вынесены следующие предложения, связанные с работой Эксперного совета:

- созвать Экспертный совет по вопросу размещения наружной рекламы в г. Липецке.

Председатель   
Экспертного совета \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Д.А. Шелестенко

Протокол составил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ю.В. Селезнева