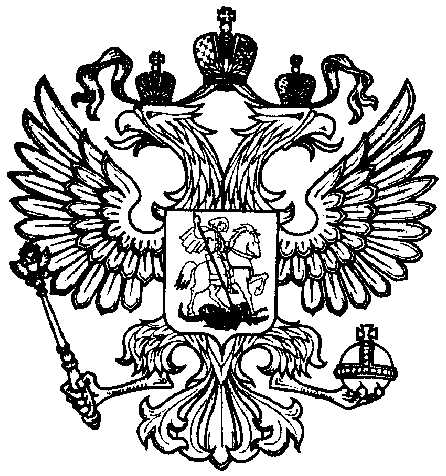
ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

ЛИПЕЦКОЕ УФАС РОССИИ

**ПРОТОКОЛ**

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

город Липецк «10» июня 2020 г.

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

Члены Экспертного совета из Липецкого УФАС России:

- главный специалист-эксперт отдела защиты конкуренции – Белик Юлия Владимировна;

Приглашенные члены Экспертного совета:

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

- генеральный директор ООО «Прайд Медиа» - Тертычная Светлана Викторовна;

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

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

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

- генеральный директор ООО «Прайд Медиа» - Тертычная Светлана Викторовна;

- представитель ЛРО «ОПОРА РОССИИ» - Емельянова Ксения Валерьевна (заочно);

- председатель регионального отделения общероссийской общественной организации «Союз журналистов Липецкой области» - Игнатов Петр Иванович (заочно).

Председатель Экспертного совета по рекламе Шелестенко Д.А. выступил с приветственным словом и открыл заседание Экспертного совета по рекламе при Липецком УФАС России.

1. Экспертным советом рассматривалась реклама финансовых услуг, распространяемая на медиаэкране.

Экспертным советом по рекламе рассматривался вопрос о том, является ли рассматриваемая реклама воспринимаемой потребителями в полном объеме.

Караваев М.А. указал, что визуально вся информация воспринимается хорошо и доступна для прочтения. Несмотря на сменяемость рекламной информации (ролик длиной около 7 сек.), сама реклама является статичной.

Хромова О.А. согласилась с вышеуказанной позицией.

Шафоростов А.В. отметил, что при рассмотрении подобной информации следует учитывать место расположения подобной информации.

2. Экспертным советом рассматривалась реклама финансовых услуг, распространяемая посредством призматрона.

Призматрон — рекламоноситель, визуальная поверхность которого меняется, благодаря тому, что состоит из трёхгранных поворачивающихся призм.

Тертычная С.В. отметила, что подобный формат распространения рекламы широко используется на территории г. Липецка и рекламораспространителями , при определении времени изменения рекламной поверхности, учитывается место расположения рекламной конструкции.

Янко Ф.М. указал на пробелы действующего законодательства в части отсутствия норм, регулирующих размер минимального шрифта для указания полных условий финансовых услуг.

Шафоростов А.В. заявил, что мелкий шрифт изображен в пределах разумного.

Караваев М.А. также указал на возможность прочтения всей информации, отображенной на рекламоносителе.

3. Экспертным советом рассматривалась реклама финансовых услуг, распространяемая статичной рекламной конструкции формата 3\*6.

Все члены Экспертного совета пришли к выводу, что такой формат распространения рекламной информации, с учетом места расположения рекламной конструкции, не создает препятствий для ознакомления с текстом рекламы.

4. Экспертным советом рассматривалась реклама, распространяемая посредством листовок (Предупреждений о поверке счетчика) на предмет наличия признаков нарушений действующего законодательства.

Члены Экспертного совета единогласно отметили, что представленная реклама вводит потребителей в заблуждение путем маскировки данной информации под информацию государственных органов (использование печати, штампа, слова «предупреждение» и пр.).

Хромова О.А. отметила, что отсутствует информация об аккредитации, о цене предлагаемых услуг, о лице, предоставляемом услуги.

5. Экспертным советом рассматривалась информация о предоставляемой скидке на услуги пилинга.

Члены Экспертного совета единогласно указали, что информация не вводит потребителей в заблуждение, в рассматриваемом случае отображаются сведения о размере скидки равной 1 000 рублей.

6. Экспертным советом рассматривалась информация, представленная Янко Ф.М., распространяемая на козырьке здания по адресу: ул. Октябрьская, д. 3, следующего содержания: «ФЕРМЕРСКИЕ ГАРАЖНЫЕ КООПЕРАТИВНЫЕ ВИНА».

Янко Ф.М. отметил, что информация распространяется на здании, в месте осуществления деятельности вышеуказанного предприятия.

Хромова О.А. пояснила, что информация к вывеске не относится в виду того, что отсутствует какая-либо информация о продавце.

Большинство членов Экспертного совета пришли к выводу, что данная информация является рекламой алкогольной продукции.

Караваев М.А. указал, что данная информация является вывеской, речь идет не об алкогольной продукции, а о предприятии.

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

- созвать Экспертный совет по вопросу обсуждения Положения о наружной рекламы г. Липецка.

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

Протокол составил \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ Ю.В. Белик