



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ
ПО ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ**

Экспертный совет
по применению законодательства о рекламе

ПРОТОКОЛ № 4

заседания Экспертного совета
по применению законодательства о рекламе

29 ноября 2023 года
г. Челябинск

ПРЕДСЕДАТЕЛЬСТВОВАЛ:

Наталья Игоревна Мартынюк - заместитель руководителя управления;

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

Спикеры:

Хомутовский Д.Ф.

- заведующий сектором информационно-аналитического обеспечения и визуального контроля отдела безопасности Отделения по Челябинской области Уральского главного управления Центрального Банка Российской Федерации;

Беднякова Е.Д.

- начальник отдела контроля и надзора в сфере массовых коммуникаций Управления Роскомнадзора по Челябинской области;

Мурина Е.

- юрист ООО «Технологии Маркетинга».

Участники Экспертного совета:

Печенкина Е.А.

- руководитель направления по работе с партнерами ООО «Голос.Комфорт»;

Воронкова Д.А.	- юрисконсульт ООО «Голос.Комфорт»;
Зарипов Д.Х.	- юрисконсульт ООО «Гилмон»;
Пазушкина Е.Д.	- руководитель обособленного подразделения ООО «АПР-Сити/ТВД» в г. Челябинске;
Чистополов В.В.	- главный юрисконсульт филиала ВГТРК ГТРК «Южный Урал»;
Солодкина Л.А.	- директор Центра интеллектуальной собственности Южно-Уральской торгово-промышленной палаты;
Путилова Ю.Е.	- заместитель начальника отдела административной, финансовой, правовой и кадровой работы Территориального органа Росздравнадзора по Челябинской области;
Будуева Е.Ю.	- старший юрисконсульт Правового управления Банка «Куб (АО)»;
Гордюк С.В.	- менеджер по рекламе Банка «ВТБ (ПАО)»;
Натарова С.	- юрисконсульт АО «Обл-ТВ»;
Титова А.	- главный редактор ИА «Первое областное»;
Фомин А.	- коммерческий директор АО «Обл-ТВ»;
Фурсова К.	- старший юрисконсульт ПАО «ЧЕЛИНДБАНК»;
Чалдышева П.	- юрисконсульт ООО «Агрофирма Ариант».

Вопросы, рассмотренные на заседании:

1. Итоги основных вступивших в силу изменений в рекламном законодательстве: реклама в сети «Интернет», реклама устройств для потребления никотиносодержащей продукции, финансовая реклама. Выступления с докладом ведущего специалиста-эксперта Челябинского УФАС России Хасановой А.И., специалиста-эксперта Челябинского УФАС России Дубровиной Л.Е.

2. Учёт интернет-рекламы в Едином реестре интернет-рекламы. Выступление с докладом начальника отдела контроля и надзора в сфере массовых коммуникаций Управления Роскомнадзора по Челябинской области Бедняковой Е.Д.

3. Мероприятия, проводимые Отделением по Челябинской области Уральского главного управления Центрального Банка Российской Федерации по выявлению нарушений законодательства рекламе. Выступление с докладом заведующего сектором информационно-аналитического обеспечения и визуального контроля отдела безопасности Отделения по Челябинской области Уральского главного управления Центрального банка Российской Федерации Хомутовского Д.Ф.

4. Малый бизнес: соблюсти закон и выжить. Как мы готовились и с чем столкнулись. Выступление по ВКС юриста ООО «Технологии Маркетинга» Муриной Е.

5. Планируемые внесения изменений в рекламное законодательство: введение системы предупреждения по определенным категориям нарушений, законодательное закрепление отнесения информации о своих товарах и услугах на сайтах компании к информационно-справочным материалам, органично интегрированная информация. Выступление с докладом заместителя руководителя Челябинского УФАС России Мартынюк Н.И.

6. Ответы на вопросы. Обсуждение рекламы на соответствие требованиям Федерального закона «О рекламе», заполнение опросных листов.

6.1. В социальной сети «ВКонтакте» в сообществе «Едим Вместе. Челябинск» размещалась запись о ресторане «Палермо» г. Челябинска указанного содержания (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 16 человек;

«Нет» - 0 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что формулировка содержания: «для наших гостей здесь - всё самое лучшее: чудесная, новогодняя атмосфера, весёлая, зажигательная программа, сюрпризы и подарки, от нашего заведения и невероятно вкусный, праздничный стол!» имеет преимущество по сравнению с другими организациями с аналогичным видом деятельности?

Результат голосования:

«Да» - 11 человек; «Нет» - 5 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что в изображении, прикрепленном к тексту, присутствуют образы людей с бокалами, наполненными алкогольным напитком?

Результат голосования:

«Да» - 13 человек; «Нет» - 3 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что в данном изображении демонстрируется процесс потребления алкогольной продукции?

Результат голосования:

«Да» - 13 человек; «Нет» - 3 человек.

6.2. В социальной сети «ВКонтакте» в сообществе «Едим Вместе. Челябинск» также размещалась запись о проведении мероприятия в организации «Fooh&Goose» указанного содержания (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 14 человек; «Нет» - 2 человек.

6.3. В системе «Telegram» на канале «Новости Челябинска» размещалась информация о проведении мероприятий в организации «Show Girls CABARET» (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 15 человек; «Нет» - 1 человек.

6.4. На надземном пешеходном переходе в г. Магнитогорске размещалась информация организации «Оил Маркет» (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 14 человек; «Нет» - 2 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что организация «Оил Маркет» оказывает услуги по замене масла в любом механизме автомобиля бесплатно?

Результат голосования:

«Да» - 13 человек; «Нет» - 3 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что организация «Оил Маркет» оказывает услуги по замене масла любым производителем бесплатно?

Результат голосования:

«Да» - 12 человек; «Нет» - 3 человек; отсутствие ответа — 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что в указанной рекламе отсутствует часть существенной информации, искажается смысл и вводятся в заблуждение потребители рекламы?

Результат голосования:

«Да» - 12 человек; «Нет» - 4 человек.

6.5. На рекламной конструкции размещается информация организации «GIGASCHOOL» (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 16 человек; «Нет» - 0 человек.

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы, что в указанной рекламе присутствуют непристойные образы, жесты, сравнения, выражения?

Результат голосования:

«Да» - 11 человек; «Нет» - 5 человек.

Поставленный вопрос: По Вашему мнению присутствует ли связь между изображенным жестом и образовательными онлайн-курсами организации «GIGASCHOOL»?

Результат голосования:

«Да» - 4 человек; «Нет» - 12 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что формулировка содержания:

«Предоставляем доступ к качественному образованию в самых востребованных IT-направлениях» имеет преимущество по сравнению с другими организациями с аналогичным видом деятельности?

Результат голосования:

«Да» - 7 человек; «Нет» - 9 человек.

6.6. Рекламный ролик о распродаже Белорусской обуви на телевидении содержал указание на адрес проведения (здание, ранее являющееся Теплотехническим институтом в г. Челябинске), на котором изображение знака ордена «Победа» затемнено с использованием технических средств (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы, что факт затемнения знака ордена «Победа» направлен на истирание из памяти символов истории России, оскорбление подвига народа в войне с фашизмом?

Результат голосования:

«Да» - 3 человек; «Нет» - 13 человек.

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы, что рекламодавец указанным действием прировнял орден «Победа» к изображению фашистской свастики?

Результат голосования:

«Да» - 16 человек; «Нет» - 0 человек.

6.7. На доске объявлений у подъездов многоквартирного дома размещается информация о проведении метрологической поверки индивидуальных приборов учета воды (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 10 человек; «Нет» - 6 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что о наличии единой централизованной организации, способной и полномочной осуществлять услуги по установке/поверке приборов учета воды?

Результат голосования:

«Да» - 15 человек; «Нет» - 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что распространяемая информация в виде объявления формирует представление об обязательности проведения поверки приборов учета воды?

Результат голосования:

«Да» - 11 человек; «Нет» - 1 человек; отсутствие ответа — 4.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что в указанной рекламе отсутствует часть существенной информации (об отсутствии обязательности проведения поверки приборов учета воды), искажается смысл и вводятся в заблуждение потребители рекламы?

Результат голосования:

«Да» - 15 человек; «Нет» - 1 человек.

6.8. В многоквартирных домах г. Магнитогорска распространялась информация в

виде извещений о необходимости проведения поверки индивидуальных приборов учета воды и записи на проведение работ по их поверке/замене (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 9 человек; «Нет» - 5 человек; отсутствие ответа: 2 человека.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что о наличии единой централизованной организации «ЖилСервис Магнитогорск», способной и полномочной осуществлять услуги по установке/поверке приборов учета воды?

Результат голосования:

«Да» - 14 человек; «Нет» - 0 человек; отсутствие ответа: 2 человека.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что распространяемая информация в виде извещений формирует представление об обязательности проведения поверки приборов учета воды?

Результат голосования:

«Да» - 14 человек; «Нет» - 0 человек; отсутствие ответа: 2 человека.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что в указанной рекламе отсутствует часть существенной информации (об отсутствии обязательности проведения поверки приборов учета воды), искажается смысл и вводятся в заблуждение потребители рекламы?

Результат голосования:

«Да» - 14 человек; «Нет» - 0 человек; отсутствие ответа: 2 человека.

6.9. На телевидении распространялся рекламный ролик о распродаже Белорусской обуви следующего содержания (ролик № 1) (содержание ролика представлено на экране):

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что в рекламном ролике «Белорусская ярмарка в ДК Железнодорожников только 7 дней» реализуется обувь исключительно (или преимущественно) из Республики Белоруссии?

Результат голосования:

«Да» - 13 человек; «Нет» - 2 человек; отсутствие ответа: 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что проведение Белорусской ярмарки в г. Челябинске единоразово?

Результат голосования:

«Да» - 11 человек; «Нет» - 4 человек; отсутствие ответа: 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что после 15 октября посещение Белорусской ярмарки в ДК Железнодорожников будет невозможно?

Результат голосования:

«Да» - 12 человек; «Нет» - 3 человек; отсутствие ответа: 1 человек.

6.10. На телевидении распространялся рекламный ролик о распродаже Могилевской обуви следующего содержания (ролик № 2) (содержание ролика представлено на экране):

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что в рекламном ролике

«Распродажа Могилевской обуви» реализуется обувь исключительно (или преимущественно) из Республики Белоруссии, в частности г. Могилеве?

Результат голосования:

«Да» - 13 человек; «Нет» - 2 человек; отсутствие ответа: 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что проведение распродажи Могилевской обуви в г. Челябинске единоразово?

Результат голосования:

«Да» - 12 человек; «Нет» - 3 человек; отсутствие ответа: 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что после 01 октября посещение распродажи Могилевской обуви в ДК Железнодорожников будет невозможно?

Результат голосования:

«Да» - 12 человек; «Нет» - 3 человек; отсутствие ответа: 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что в распродаже Могилевской обуви также реализуется обувь, стоимость которой составляет 990 рублей?

Результат голосования:

«Да» - 12 человек; «Нет» - 2 человек; отсутствие ответа: 2 человека.

6.11. На телевидении распространялся рекламный ролик о распродаже обуви для проблемных ног следующего содержания (ролик № 3) (содержание ролика представлено на экране):

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что в рекламном ролике «Распродажа обуви для проблемных ног» реализуется обувь исключительно (или преимущественно) из Республики Белоруссии?

Результат голосования:

«Да» - 13 человек; «Нет» - 2 человек; отсутствие ответа: 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что проведение распродажи для проблемных ног в г. Челябинске единоразово?

Результат голосования:

«Да» - 12 человек; «Нет» - 3 человек; отсутствие ответа: 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что после 20 августа посещение распродажи обуви для проблемных ног в ДК Железнодорожников будет невозможно?

Результат голосования:

«Да» - 12 человек; «Нет» - 3 человек; отсутствие ответа: 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что пометка «мероприятие проводится в соответствии с требованиями Роспотребнадзора» позволяет вызывать доверие у потребителей к условиям проведения распродажи, а также к реализуемым товарам?

Результат голосования:

«Да» - 11 человек; «Нет» - 4 человек; отсутствие ответа: 1 человек.

6.12. Просим оценить ролик № 1 МЦМ «АПИ» Криволапова-Москвина

(содержание ролика представлено на экране):

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что использование формулировок «вывод из запоя», «полный отказ», «нормализация употребления спиртного» дает гарантию достижения результата каждому обратившемуся человеку

Результат голосования:

«Да» - 11 человек; «Нет» - 4 человек; отсутствие ответа: 1 человек.

6.13. Просим оценить ролик № 2 МЦМ «АПИ» Криволапова-Москвина (содержание ролика представлено на экране):

Поставленный вопрос: По Вашему мнению использование формулировок «пчелы лечат человека, чтобы жить не меньше века, чтобы медом жизнь казалась и болезней не осталось», создают впечатление о том, что с помощью пчел можно вылечить человека от любых заболеваний?

Результат голосования:

«Да» - 5 человек; «Нет» - 10 человек; отсутствие ответа: 1 человек.

Поставленный вопрос: По Вашему мнению использование формулировки «пчелы лечат человека, чтобы жить не меньше века» создает впечатление о гарантии положительного результата воздействия пчел на человека и его продолжительность жизни?

Результат голосования:

«Да» - 6 человек; «Нет» - 10 человек.

6.14. Реклама компании «ДНК клиника», размещенная на рекламной конструкции в г. Челябинске (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 16 человек; «Нет» - 0 человек.

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы, что в указанной рекламе присутствуют непристойные образы?

Результат голосования:

«Да» - 4 человек; «Нет» - 12 человек.

Поставленный вопрос: По Вашему мнению присутствует ли связь между изображением (образом женского бюста) и оказываемой компанией «ДНК Клиника» услугой (увеличение груди)?

Результат голосования:

«Да» - 15 человек; «Нет» - 1 человек.

Поставленный вопрос: Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение данной рекламы в общественном месте, ввиду её восприятия различной категорией населения?

Результат голосования:

«Да» - 7 человек; «Нет» - 9 человек.

6.15. В социальной сети «ВКонтакте» в сообществе «Подслушано в Каслях»

размещаются посты указанного содержания (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 13 человек; «Нет» - 3 человек.

6.16. В социальной сети «ВКонтакте» в сообществе «Подслушано в Каслях» размещаются посты указанного содержания (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 15 человек; «Нет» - 1 человек.

6.17. В социальной сети «ВКонтакте» в сообществе «Подслушано в Каслях» размещаются посты указанного содержания (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 15 человек; «Нет» - 1 человек.

6.18. В социальной сети «ВКонтакте» в сообществе «Подслушано в Каслях» размещаются посты указанного содержания (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 14 человек; «Нет» - 2 человек.

6.19. На территории города Челябинска размещается рекламная конструкция указанного содержания (изображение прикреплено к опросному листу).

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 16 человек; «Нет» - 0 человек.

Поставленный вопрос: Считаете ли вы условия вклада понятными (читабельными) для потребителя?

Результат голосования:

«Да» - 2 человек; «Нет» - 14 человек.

6.20. Пример отнесения информации к рекламе, приведенной очно участников Экспертного совета по рекламе.

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 7 человек; «Нет» - 7 человек; отсутствие ответа: 2 человека.

По результатам Экспертного совета принято решение о направлении членами Экспертного совета предложений выступлений по темам в повестку следующего совета в срок до 31.01.2024.

Принять к сведению информацию заместителя руководителя управления Н.И. Мартынюк, а также докладчиков — ведущего специалиста-эксперта отдела контроля торгов и органов власти А.И. Хасановой, специалиста-эксперта отдела контроля торгов и органов власти Л.Е. Дубровиной, Хомутовского Д.Ф. - заведующего сектором информационно-аналитического обеспечения и визуального контроля отдела безопасности Отделения по Челябинской области Уральского главного управления Центрального банка Российской Федерации, Бедняковой Е.Д. - начальника отдела контроля и надзора в сфере массовых коммуникаций Управления Роскомнадзора по Челябинской области.

Челябинскому УФАС России разместить результаты голосования экспертного совета на официальном сайте chel.fas.gov.ru в информационно – телекоммуникационной сети «Интернет».

Председатель



Н. И. Мартынюк