



**УПРАВЛЕНИЕ ФЕДЕРАЛЬНОЙ АНТИМОНОПОЛЬНОЙ СЛУЖБЫ  
ПО ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ**

Экспертный совет  
по применению законодательства о рекламе  
и защите от недобросовестной конкуренции

**ПРОТОКОЛ № 2**

заседания Экспертного совета  
по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции

31 мая 2024 года

г. Челябинск

**ПРЕДСЕДАТЕЛЬСТВОВАЛ:**

Наталья Игоревна Мартынюк - заместитель руководителя управления;

**ПРИСУТСТВОВАЛИ:**

Докладчики:

Соболь Н.В.

- главный специалист-эксперт отдела  
антимонопольного контроля Челябинского  
УФАС России;

Дубровина Л.Е.

- ведущий специалист-эксперт отдела  
контроля торгов и органов власти  
Челябинского УФАС России;

Члены Экспертного совета:

Аверина О.А.

- ведущий юрисконсульт юридического отдела

- АО «Обл-ТВ»;
- Барашкова Е.А. - начальник отдела государственной службы, кадров и правового обеспечения Управления Роскомнадзора по Челябинской области;
- Иноземцева О.Ю. - директор ООО «ОВВИ»;
- Пазушкина Е.Д. - руководитель обособленного подразделения ООО «АПР-Сити/ТВД» в г. Челябинске;
- Солодкина Л.А. - директор Центра интеллектуальной собственности Южно-Уральской торгово-промышленной палаты;
- Тихомирова А.В. - к.ю.н., доцент кафедры предпринимательского, конкурентного и экологического права ЮУрГУ;
- Чистополов В.В. - главный юрисконсульт филиала ВГТРК ГТРК «Южный Урал»;
- Шлемова Н.Н. - к.ф.н., доцент кафедры русского языка и литературы ЮУрГУ, эксперт по лингвистической экспертизе с аккредитацией Роскомнадзора;
- Светлаков А.С. - начальник отделения по борьбе с преступлениями в бюджетной сфере Управления экономической безопасности и противодействия коррупции ГУ МВД России по Челябинской области ;
- Барановская А.Ю. - сервис-менеджер службы сервиса и клиентских отношений ООО «Голос.Комфорт»;
- Лапицкий Сергей Иванович - ООО «Гилмон»;
- Лильбок Георгий Вадимович - начальник отдела торгов и закупок управления экономики ФГБОУ ВО «ЧелГУ»;
- Печенкина Евгения Анатольевна - руководитель направления по работе с партнерами ООО «Голос.Комфорт»;
- Корюхов Роман Витальевич - СМИ сетевое издание 31TV.RU;
- Лубягин Андрей Сергеевич - генеральный директор ООО "Армада Аутдор";
- Агафонова Оксана Вадимовна - АО «Элис»;
- Безрукова Елена Валерьевна - ООО «КАРУС».

### **Вопросы, рассмотренные на заседании:**

1. Результаты работы антимонопольного органа по вступившим изменениям в рекламном законодательстве (реклама, распространяемая по сетям электросвязи, финансовая реклама, пресечение незаконной установки и эксплуатации рекламных конструкций);

2. Подписание Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций;

3. Недобросовестная конкуренция с использованием результатов интеллектуальной деятельности конкурентов. Практика Челябинского УФАС России по статье 14.5 Федерального закона «О защите конкуренции»;

4. Опрос членов совета по спорной рекламе.

**5.1. В Челябинское УФАС России поступило заявление о том, что на двери кабинета в женской консультации размещена информация о роддоме ОКБ № 2 с указанием QR-кода, ведущего на сайт учреждения.**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 1 человек (6,3%);

«Нет» - 15 человек (93,8%);

воздержался от ответа - 1 человек.

**5.2. В социальной сети «ВКонтакте» в сообществе «Подслушано п. Новогорный» размещен пост следующего содержания: (изображение прикреплено к опросному листу):**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 10 человек (62,5%);

«Нет» - 6 человек (37,5%);

воздержался от ответа - 1 человек.

**5.3. В социальной сети «ВКонтакте» в сообществе «Подслушано п. Новогорный» размещен пост следующего содержания: (изображение прикреплено к опросному листу):**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 15 человек (93,8%);

«Нет» - 1 человек (6,3%);

воздержался от ответа - 1 человек.

**5.4. В социальной сети «ВКонтакте» в сообществе «Подслушано п. Новогорный» размещен пост следующего содержания (изображение прикреплено к опросному листу):**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 14 человек (87,5%);

«Нет» - 2 человек (12,5%);

воздержался от ответа - 1 человек.

**5.5. В социальной сети «ВКонтакте» в сообществе «Подслушано п. Новогорный» размещен пост следующего содержания: (изображение прикреплено к опросному листу):**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 14 человек (87,5%);

«Нет» - 2 человек (12,5%);

воздержался от ответа - 1 человек.

**5.6. На остановках общественного транспорта в г. Челябинск размещаются баннеры следующего содержания (изображение прикреплено к опросному листу):**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 11 человек (68,8%);

«Нет» - 5 человек (31,2%);

воздержался от ответа - 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление о том, что реклама содержит некорректное сравнение с другими находящимися в обороте товарами и услугами?

Результат голосования:

«Да» - 15 человек;

воздержались от ответа - 2 человека.

**5.7. В поисковой системе «Яндекс» распространялась реклама следующего содержания (изображение прикреплено к опросному листу):**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 16 человек (100%);

«Нет» - 0 человек;

воздержался от ответа - 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление о том, что реклама содержит гарантию результата?

Результат голосования:

«Да» - 14 человек (100%);

воздержались от ответа - 3 человека.

**5.8. В поисковой системе «Яндекс» распространялась реклама следующего содержания (изображение прикреплено к опросному листу):**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 15 человек (93,8%);  
«Нет» - 1 человек (6,2%);  
воздержался от ответа - 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление о том, что займ возможно получить под залог ПТС без передачи транспортного средства?

Результат голосования:  
«Да» - 16 человек (100%);  
«Нет» - 0 человек;  
воздержался от ответа - 1 человек.

**5.9. В поисковой системе «Яндекс» распространялась реклама следующего содержания (изображение прикреплено к опросному листу):**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?  
Результат голосования:  
«Да» - 17 человек (100%);  
«Нет» - 0 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление о том, что рекламодатель гарантирует положительный результат?

Результат голосования:  
«Да» - 15 человек (88,2%);  
«Нет» - 2 человек (11,8%).

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление о том, что реклама содержит утверждение о преимуществах рекламодателя на рынке (лидеры в Челябинске)?

Результат голосования:  
«Да» - 15 человек (88,2%);  
«Нет» - 2 человек (11,8%).

**5.10. В поисковой системе «Яндекс» распространялась реклама следующего содержания (изображение прикреплено к опросному листу):**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?  
Результат голосования:  
«Да» - 15 человек (93,8%);  
«Нет» - 1 человек (6,2%);  
воздержался от ответа - 1 человек.

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление о том, что рекламодатель гарантирует положительный результат?

Результат голосования:  
«Да» - 15 человек (93,8%);  
«Нет» - 1 человек (6,2%);  
воздержался от ответа - 1 человек.

**5.11. На видеохостинге «Youtube» распространялись ролики следующего содержания (на экране):**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 9 человек (52,9%);

«Нет» - 8 человек (47,1%).

Поставленный вопрос: Содержатся ли в указанном ролике бранные слова и выражения, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия?

Результат голосования:

«Да» - 15 человек (88,2%);

«Нет» - 2 человека (11,8%).

**5.12. На видеохостинге «Youtube» распространялись ролики следующего содержания (на экране).**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 15 человек (88,2%);

«Нет» - 2 человека (11,8%).

Поставленный вопрос: Содержатся ли в указанном ролике бранные слова и выражения, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия?

Результат голосования:

«Да» - 16 человек (94,1%);

«Нет» - 1 человек (5,9%).

**5.13. На видеохостинге «Youtube» распространялись ролики следующего содержания (на экране):**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 15 человек (88,2%);

«Нет» - 2 человека (17,8%).

Поставленный вопрос: Содержатся ли в указанном ролике бранные слова и выражения, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия?

Результат голосования:

«Да» - 16 человек (94,1%);

«Нет» - 1 человек (5,9%).

**5.14. На видеохостинге «Youtube» распространялись ролики следующего содержания (на экране):**

Поставленный вопрос: Считаете ли Вы указанную информацию рекламой?

Результат голосования:

«Да» - 15 человек (88,2%);

«Нет» - 2 человека (11,8%).

Поставленный вопрос: Содержатся ли в указанном ролике бранные слова и выражения, непристойные и оскорбительные образы, сравнения и выражения, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия?

Результат голосования:

«Да» - 16 человек (94,1%);

«Нет» - 1 человек (5,9%).

**5.15. В сети Интернет размещена рекламная статья, где указана информация следующего содержания (изображение прикреплено к опросному листу):**

Поставленный вопрос: Создается ли впечатление, что реклама содержит не соответствующие действительности сведения о фактическом размере спроса на рекламируемый товар?

Результат голосования:

«Да» - 13 человек (76,5%);

«Нет» - 4 человека (23,5%).

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

Результат голосования:

«Да» - 15 человек (88,2%);

«Нет» - 2 человека (11,8%).

Решили:

1. Принять информацию к сведению.
2. Рекомендовать членам экспертного совета взаимодействовать с органами местного самоуправления при выявлении незаконных рекламных конструкций.
3. Направить текст Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций в адрес участников рынка.

Председатель



Н. И. Мартынюк