

ФЕДЕРАЛЬНАЯ АНТИМОНОПОЛЬНАЯ СЛУЖБА

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

ПРОТОКОЛ № 6

г. Москва

21.04.2021

ПРЕДСЕДАТЕЛЬСТВОВАЛ:

Председатель Экспертного совета, заместитель руководителя ФАС России
А.Б. Кашеваров

ПРИСУТСТВОВАЛИ:

Члены Экспертного совета:

И.И. Василенкова, Т.Е. Никитина, К.В. Абрамов, О.М. Грунченко, Р.И. Головацкий, А.Г. Гуськов, М.В. Иванова, Д.В. Крючков, И.Н. Майсурадзе, Ю.А. Немцева, Г.Г. Поляков, О.В. Павлов, А.В. Романов, А.В. Слепакова, А.Д. Титов.

Приглашённые лица, представители предпринимательского сообщества:
И.С. Логинов, Ю.С. Сафонова, О.И. Токарева

Ответственные работники ФАС России:

Г.Д. Бадалов, М.В. Саранская, Е.Н. Петрук, Н.В. Вуколова, Г.В. Серебряков, А.Ф. Сиразутдинова, А.А. Залевская

I. Реклама «ПИК-Брокер»

(А.Б. Кашеваров, И.И. Василенкова, Т.Е. Никитина, О.В. Павлов, А.В. Слепакова, А.В. Романов, Д.В. Крючков)

1. Отметить, что используемые в рекламе «Пик-Брокер» выражение «бесполезные профессии», а также обозначение в виде негативного «смайла»

формируют негативное отношение к деятельности независимых риэлторов, а также лицам, продающим недвижимость самостоятельно.

2. Признать, что реклама «Пик-Брокер» содержит некорректные сравнения рекламируемых услуг с услугами риэлторов, которые не сотрудничают с «Пик-Брокер», а также формирует негативное отношения к лицам, не пользующимся услугами компании «Пик-Брокер».

II. Реклама средств контрацепции «Vizit»

(А.Б. Кашеваров, И.И. Василенкова, Т.Е. Никитина, О.М. Грунченко, М.В. Иванова, О.В. Павлов, А.Д. Титов, Ю.А. Немцева, А.В. Романов, А.В. Слепакова, Д.В. Крючков, К.В. Абрамов)

1. Отметить, что используемое в рекламе средств контрацепции «Vizit» выражение «Если у тебя аллергия на цветы жизни» может побуждать часть общества к отказу заводить детей.

2. Признать, что используемое в рекламе средств контрацепции «Vizit» изображение куклы ребенка в упаковочной пленке может рассматриваться как содержащее негативные призывы, в том числе к жестокому обращению с детьми.

3. Признать наличие в рекламе средств контрацепции «Vizit» оскорбительных образов.

III. Реклама магазина одежды «Sela»

(А.Б. Кашеваров, Т.Е. Никитина, И.И. Василенкова, О.М. Грунченко, К.В. Абрамов)

1. Отметить, что в используемое в рекламе магазина «Sela» выражение «Ты – лучшая мама для своего монстра» может неоднозначно восприниматься потребителями рекламы, поскольку слово «Монстр» употреблено без кавычек, соответственно, может вызывать негативное отношение к детям.

2. Признать, что рекламная компания магазина «Sela «Mom & monsters» носит образный и комичный характер, однако используемое выражение «Ты – лучшая мама для своего монстра», в связи с особенностью написания и восприятия на русском языке, может восприниматься частью общества в негативном контексте.

3. Признать отсутствие в рекламе магазина «Sela» оскорбительных образов, сравнений и выражений.

4. Рекомендовать направить в адрес рекламодателя письмо с указанием на необходимость обратить внимание на неоднозначность восприятия потребителями указанной рекламы.

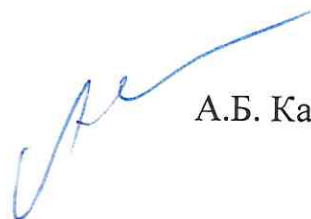
IV. Реклама магазина «Галамарт»

(А.Б. Кашеваров, Т.Е. Никитина, И.И. Василенкова, Г.Г. Поляков, Д.В. Крючков, А.Д. Титов)

1. Отметить, что используемый в рекламе призыв поменять имя в паспорте на «Галамарт» в обмен на денежное вознаграждение может вызывать негативное восприятие, однако не противоречит законодательству Российской Федерации.

2. Признать отсутствие в рекламе магазина «Галамарт» непристойных и оскорбительных образов, а также сравнений и выражений или призывов к противоправной деятельности.

Председатель Экспертного совета



А.Б. Кашеваров