

Экспертный совет: реклама молочной смеси Similac не нарушает закон

24 июля 2019, 11:25

Реклама строительных материалов РУСПАНЕЛЬ и сервиса по продаже автомобилей Auto.ru, по мнению экспертов, напротив, является ненадлежащей

22 июля 2019 г. состоялось заседание [Экспертного совета по применению законодательства о рекламе и защите от недобросовестной конкуренции](#) при ФАС России. В повестке дня стоял вопрос о том, представляется ли в рекламе продукт детского питания (молочная смесь "Similac Gold") в качестве полноценного заменителя женского молока.

Оценив текст и визуальные образы рекламы с точки зрения законодательства, большинство экспертов пришли ко мнению, что детское питание не производит впечатления полноценного заменителя женского молока. То есть, ролик не вводит потребителей в заблуждение.

Комментируя рекламу, председатель Экспертного совета, заместитель руководителя ФАС России Андрей Кашеваров отметил:

«Ролик скорее предлагает вариант решения проблемы, которая встает перед родителями в вопросе выбора молочной смеси, нежели пытается ввести их в заблуждение относительно состава и свойств продукта».

[photo_1327]

На рассмотрение экспертов также была вынесена реклама строительных материалов РУСПАНЕЛЬ, размещенная на кузове грузового автомобиля. По мнению участников заседания, сочетание изображения полуобнаженной женщины и рекламного утверждения "RUSPANEL ложится на все" содержит оскорбительный образ и может нарушать Закон о рекламе[1].

По словам Татьяны Каменской, управляющего партнера юридической компании "Каменская и партнеры", представленное в рекламе изображение женщины позволяет говорить об оскорбляющем нормы морали и нравственности поведении изображенной в рекламе женщины. *«Кроме того, словесный элемент "ложится на все" формирует уничижительный образ в отношении женского пола, а реклама в целом является неэтичной и аморальной»*, – подчеркнула она.

В ходе заседания совета его участники рассмотрели два рекламных ролика сервиса Auto.ru: в них покупатель и продавец обсуждают вопрос о том, почему объявление о продаже данного автомобиля не было размещено на сайте рекламируемого сервиса. Диалог продавца и покупателя сопровождается комментарием третьего лица, который поясняет причины такой ситуации.

Большинство экспертов сошлись во мнении, что реклама сервиса Auto.ru формирует

негативное отношение к тем продавцам, которые не пользуются этим ресурсом для продажи автомобиля.

Напомним, что решения Экспертного совета носят рекомендательный характер и могут быть приняты во внимание Комиссиями ФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушений рекламного законодательства.

[video_2237]

[1] Часть 6 статьи 5