

# Вопросы применения законодательства о рекламе обсудили на Межрегиональном научно-практическом семинаре в Воронеже

14 октября 2011, 17:35

11-12 октября 2011 года Воронежское УФАС России совместно с Воронежским государственным университетом провело Межрегиональный научно-практический семинар-совещание по вопросам применения законодательства Российской Федерации о рекламе с участием заместителя руководителя ФАС России Андрея Кашеварова и заместителя начальника Управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Татьяны Никитиной.

Тема семинара-совещания: «Актуальные вопросы применения законодательства Российской Федерации о рекламе. Недобросовестная конкуренция: теория и правоприменительная практика». В работе семинара приняли участие представители ФАС России, судейского сообщества, члены Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Воронежском УФАС России, преподаватели, аспиранты и студенты ВУЗов Воронежа, представители рекламного бизнеса, саморегулируемых организаций, административных структур, контролирующих деятельность СМИ.

Открывая семинар, заместитель руководителя ФАС России Андрей Кашеваров рассказал о перспективах развития в Российской Федерации антимонопольного законодательства и законодательства о рекламе.

Он сообщил, что в настоящее время обсуждается третий антимонопольный пакет, также готовятся поправки ко второму чтению. Одна из основных новелл, которые содержатся в третьем антимонопольном пакете, касается определения монопольно высокой цены. Андрей Кашеваров отметил, что одним из основных подходов к решению сложившейся ситуации станет биржевая торговля. «В третьем антимонопольном пакете четко прописаны требования к биржевым торгам, которые позволят участникам в случае принятия этих правил по сути исключить обвинение в установлении монопольно высоких цен», — подчеркнул он.

Еще одни предлагаемые изменения связаны с так называемым параллельным импортом. Речь идет о принципе международного или национального интеллектуального права при введении товара в оборот. Андрей Кашеваров заметил, что путем введения подобных новшеств можно добиться снижения цен на 20-30% на ввозимую продукцию. Вместе с тем замглавы ФАС России отметил: «Рынок постоянно развивается, для предотвращения нарушений при развитии необходимо оперативно реагировать, однако к изменениям законодательства нужно подходить грамотно и взвешенно. Рынок должен успевать привыкнуть к происходящим изменениям, а для этого необходима определенная стабильность».

Кроме того Андрей Кашеваров рассказал о работе ФАС России в сфере контроля

рекламной деятельности и пресечения недобросовестной конкуренции в 2009-2011 годах. Он отметил неизменный рост количества обращений в антимонопольную службу, а также улучшение показателей судебной практики по данному направлению. По характеру нарушений статистика следующая: в 2009-2010 годах около 20% нарушений было в сфере рекламирования финансовых услуг и около 10% нарушений в рекламе медицинских услуг, лекарственных средств и БАДов. В 2010 году статистика несколько изменилась: финансовые услуги — 15%, реклама медицинских услуг, лекарственных средств и БАДов — 14%, алкоголь, пиво, табак — 12%, товары, запрещенные к рекламированию — 16%. Андрей Кашеваров отметил рост количества нарушений при рекламе БАДов.

В наружной рекламе существует проблема со счетом информационных полей. Закон обязывает органы исполнительной власти на уровне муниципалитетов контролировать размещение рекламы среди операторов, когда в одних руках должно концентрироваться не более 35%. Анализ ситуации, проведенный ФАС России год назад показал, что 38% муниципалитетов вообще не контролируют данную сферу деятельности. Для разрешения сложившейся ситуации в будущем году ФАС России планирует подготовить законопроект, который бы обязывал муниципалитеты разрабатывать схему территориального размещения рекламы. Также замглавы ведомства отметил необходимость разработки методики учета информационных полей.

Далее со вступительным словом на семинаре выступил проректор по экономике и международному сотрудничеству ВГУ Олег Беленов. Он отметил актуальность тематики семинара-совещания, а также необходимость решения существующих проблем в области рекламы и применения антимонопольного законодательства.

Начальник организационно-контрольного отдела Прокуратуры Воронежской области Юрий Вакулин рассказал о состоянии законности в сфере предупреждения, выявления и пресечения ненадлежащей рекламы и недобросовестной конкуренции. Также он отметил, что в Воронежской области органы Прокуратуры конструктивно взаимодействуют с региональным Управлением ФАС России, что позволяет поддерживать состояние законности в регионе на должном уровне.

Заместитель начальника управления контроля рекламы и недобросовестной конкуренции ФАС России Татьяна Никитина посвятила свое выступление последним изменениям законодательства о рекламе и актуальным вопросам правоприменения в этой сфере.

Заместитель руководителя Воронежского УФАС России Виталий Попов поделился своим видением проблем квалификации недобросовестной конкуренции.

О критериях разграничения рекламы и редакционных материалов в СМИ рассказал декан факультета журналистики ВГУ Владимир Тулупов. Он сообщил о методике выявления признаков манипулятивного воздействия медиатекстов, предложенной учеными УрГУ. Учеными был разработан ряд критериев, наличие которых в тексте позволяет говорить о его пропагандистской направленности. Также он отметил заинтересованность профессионального журналистского сообщества в разработке рекомендаций по разграничению журналистских и коммерческих текстов.

Директор, ведущий юрист Центра защиты прав СМИ Галина Арапова обратила внимание на правовые проблемы разграничения рекламы и нерекламной информации в СМИ с учётом положений законодательства о рекламе.

О защите общества от информации, запрещенной к распространению, рассказал доцент РГГУ, член Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при ФАС России Вадим Граник.

Заведующий кафедрой общего языкознания и стилистики ВГУ Иосиф Абрамович Стернин выступил с докладом на тему «Язык рекламы. Этико-правовые проблемы использования в рекламе русского языка».

Заведующая кафедрой связи с общественностью и педагогики ВГТУ Лариса Владимировна Паринова рассказала о вопросах применения рекламного законодательства при подготовке студентов направления «реклама и связи с общественностью».

О необходимости определения товарных и географических границ рынка при квалификации недобросовестной конкуренции рассказал заместитель руководителя Воронежского УФАС России Сергей Ведерников.

Президент ассоциации рекламных агентств г. Воронежа Константин Корнев сообщил участникам семинара о проблемах размещения наружной рекламы в городском округе г. Воронеж.

Преподаватель кафедры практической психологии ВГПУ Дарья Лапшина свое выступление посвятила вопросам особенностей восприятия рекламы в социальных сетях.

По результатам работы семинара-совещания участники выступили с предложением проводить его на ежегодной основе.