

## ПРОТОКОЛ

заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при  
Управлении Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл

---

от 24 ноября 2023 года

**Председательствовал:**

Ерошкина Оксана Вадимовна

**Участвовали члены Совета:**

Бартов Андрей Александрович,  
Кондратенко Зарина Камилевна,  
Кузнецов Евгений Иванович,  
Кулалаев Илья Владимирович,  
Привалова Екатерина Алексеевна,  
Сафин Харис Шарифович,  
Соловьева Наталия Германовна,  
Черепанова Юлия Борисовна,  
Шишкова Елена Петровна,

**Секретарь Совета**

Торощина Ольга Андреевна

### **1. Общая информация**

---

(О.В. Ерошкина)

О деятельности Экспертного совета по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Республике Марий Эл. Задачи, функции совета, значимость рекомендаций и решений совета при рассмотрении дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства по рекламе.

### **2. Обсуждение вопросов повестки совета**

---

1. Реклама:



Вопросы, выносимые на повестку совета:

- Является ли, по Вашему мнению, рассматриваемая информация рекламой?
- Какие услуги, по Вашему мнению, являются объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе?
- Привлекает ли рассматриваемая реклама внимание потребителей к товарам, реализуемым в магазинах НООКАН MARKET? Почему сделан такой вывод?
- Соответствует ли рассматриваемая реклама требованиям пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе?

Заместитель главного редактора «Газета «Марийская правда» Кузнецов Е.И., член Марийского республиканского отделения Общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России» Кулалаев И.В., представитель союза «Торгово-промышленная палата Республики Марий Эл» Черепанова Ю.Б., представитель Управления Роспотребнадзора по РМЭ Сафин Х.Ш., представитель ФГБОУ ВО «Поволжский государственный технологический университет» Шишкова Е.П. указали, что рассматриваемая информация является рекламой.

Используемый в рекламной информации слоган «Оригинал и точка» привлекает внимание потребителей, позволяя сделать вывод о том, что в указанных объектах реализуется оригинальная табачная продукция, принадлежности для курения. Таким образом, по мнению экспертов, рассматриваемая рекламная информация содержит признаки нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

По мнению представителя ФГБОУ ВО «Марийский государственный университет» Кондратенко З.К., представителя Марийского отделения общественной организации «Деловая Россия» Приваловой Е.А. рассматриваемая информация является рекламой. Эксперты указали, что из содержания рекламной информации невозможно установить реализуемую продукцию в перечисленных торговых объектах.

Представитель АНО ВО «Межрегиональный открытый социальный институт» Бартов А.А. указал, что представленная информация является рекламой магазина (торговых точек), специализирующегося на продаже устройств для потребления никотинсодержащей продукции, так как она содержит все правовые признаки рекламы: публично распространена, предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (магазину кальянов).

Публичное распространение и предназначенность неопределенному кругу лиц подтверждается тем, что информация размещена на видеозэкране рекламной конструкции и доступна для восприятия неограниченному количеству потенциальных потребителей.

Рассматриваемая информация привлекает внимание к магазину, реализующему кальяны и иные устройства для потребления никотинсодержащей продукции, так как содержит ряд словесных и изобразительных элементов (товарный знак №692306, надпись НООКАН MARKET (магазин кальянов), слоган «Оригинал и точка», перечисление адресов торговых точек).

Кроме того, использование в рекламе слов «НООКАН MARKET», «since», «NEW» без перевода на русский язык не соответствует требованиям законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Таким образом, по мнению Бартова А.А., в представленной рекламе присутствуют признаки нарушения части 11 статьи 5, пункта 8 части 7 Закона о рекламе.

Руководитель регионального отделения «Российский союз промышленников и предпринимателей» в Республике Марий Эл Соловьева Н.Г. указала, что рассматриваемая

информация не является рекламой, следовательно, признаки нарушения Закона о рекламе отсутствуют.

На основании изложенного, девять членов экспертного совета, включая председателя, пришли к выводу о том, что рассматриваемая информация является рекламой. Один член экспертного совета указал, что рассматриваемая информация не является рекламой.

Большинство членов экспертного совета, включая председателя, отметили, что в рекламе содержатся признаки нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

## 2. Реклама:



### Вопросы, выносимые на повестку совета:

- Является ли данная информация рекламой?
- В рассматриваемой информации присутствуют признаки нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе?
- Какие ассоциации вызывает данная информация?
- Должна ли быть изменена данная информация?
- Понятно ли вам о каком товаре и о какой реализуемой продукции идет речь в рассматриваемой информации?
- Должна ли быть изменена данная информация?
- Необходимо ли при распространении информации осуществлять перевод словосочетания слов на русский язык?

Кузнецов Е.И., Соловьева Н.Г., Шишкова Е.П., Кулалаев И.В., Черепанова Ю.Б. указали, что рассматриваемая информация является рекламой табака, вейпов, кальянов, что является нарушением пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

По мнению Кондратенко З.К., Сафина Х.Ш., Приваловой Е.А. представленная информация также является рекламой табака, вейпов, кальянов. Кроме того, эксперты отметили, что в рекламной информации отсутствует перевод иностранных слов на русский язык.

Таким образом, Кондратенко З.К., Сафин Х.Ш., Привалова Е.А. считают, что в рассматриваемой рекламе содержатся признаки нарушения части 11 статьи 5, пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

Бартов А.А. указал, что представленная информация является рекламой магазина, специализирующегося на продаже устройств для потребления никотинсодержащей продукции. В данном случае имеют место все правовые признаки рекламы: публично распространена, предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (магазину кальянов, вейпов и табака).

Реклама привлекает внимание к магазину, реализующему табак, а также устройства для потребления никотинсодержащей продукции, так как содержит ряд словесных и изобразительных элементов (товарный знак №903479 в виде изображения облаков дыма и электронных сигарет (вейпов), стилизованных под городские постройки, указание на реализацию вейпов, табака, кальянов).

Исходя из содержания представленной информации, места ее размещения (рядом с торговой точкой), ее доступности для неограниченного круга лиц следует, что данная информация носит рекламный характер и привлекает внимание неопределенного числа потребителей к работе магазина, осуществляющего продажу табака, а также устройств для его потребления, что является нарушением пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе. На данный вывод не влияет указание на режим работы магазина, так как наличие иных словесных и изобразительных элементов однозначно свидетельствует, что целью рассматриваемой конструкции является не информирование потребителя о времени работы торговой точки, а привлечение его внимание к табачному магазину и его ассортименту.

На основании изложенного, все члены экспертного совета, включая председателя, единогласно пришли к выводу о том, что рассматриваемая информация является рекламой табака, вейпов и кальянов, которая содержит признаки нарушения пункта 8 статьи 7 Закона о рекламе.

Четыре члена экспертного совета, включая председателя, отметили, что в рекламной информации содержатся признаки нарушения части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

### 3. Реклама:





Вопросы, выносимые на повестку совета:

- Является ли данная информация рекламой?
- Какие ассоциации вызывает слово «крафт» в данной информации?
- Является ли данная информация рекламой алкогольной продукции?
- Должна ли рассматриваемая информация сопровождаться предупреждением о вреде чрезмерного потребления алкогольной продукции?
- Содержатся ли в рассматриваемой информации недостоверные сведения?

- Присутствуют ли в рассматриваемой информации признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе?
- Должна ли быть изменена данная информация?

Соловьева Н.Г., Кузнецов Е.И., Сафин Х.Ш., Черепанова Ю.Б., Привалова Е.А. указали, что рассматриваемая информация является рекламой. Слово «крафт» в рассматриваемой рекламной информации ассоциируется с едой и не вызывает ассоциаций с алкогольной продукцией. Эксперты также отметили, что в рассматриваемой рекламной информации отсутствуют конкретные критерии, по которым осуществлялось сравнение и объективно подтверждено, что в пабе «BULLDOG» реализуется «Лучший крафт в городе».

Так, эксперты пришли к выводу, что рассматриваемая информация является недостоверной как содержащая не соответствующие действительности сведения о преимуществах рекламируемого товара перед находящимися в обороте товарами, изготовленными другими производителями или реализуемыми другими продавцами и содержит признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Бартов А.А. считает, что представленная информация является рекламой бара (паба, закуской), так как обладает всеми правовыми признаками рекламы: публично распространена, предназначена для неопределенного круга лиц, направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (к бару и к продаваемому в нем пиву).

Слово «крафт» в данном случае ассоциируется исключительно с пивом, так как размещено на стене бара, в контексте рекламы бара «BULLDOG», который специализируется на реализации алкогольной продукции.

В данном случае реклама алкогольной продукции размещена на рекламной конструкции, стационарно закрепленной на фасаде здания, что является нарушением пункта 5 части 2 статьи 21 Закона о рекламе.

Рассматриваемая рекламная информация содержит признаки нарушения пункта 6 части 1 статьи 21 Закона о рекламе, так как в рекламе используется изображение двух человек, что противоречит данной норме закона.

Словосочетание «лучший крафт в городе» содержит в себе сравнительную характеристику объекта рекламирования - лучший. Такая формулировка подразумевает, что реализуемое в баре «BULLDOG» пиво превосходит любое иное пиво, продаваемое в г. Йошкар-Оле.

Однако критерия такого превосходства, который бы имел объективное подтверждение и по которому осуществлялось бы такое сравнение, в рекламе не приведено, что является нарушением пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе и свидетельствует о недостоверности рекламы

Таким образом, по мнению Бартова А.А., в данном случае имеются признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5, пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Кулалаев И.В., Кондратенко З.К., Шишкова Е.П. указали, что в совокупности в размещенной рекламной информации бара «BULLDOG» слово «крафт» ассоциируется с пивом, следовательно, представленная информация является рекламой алкогольной продукции. Так, по мнению экспертов, в рассматриваемом случае содержатся признаки нарушения пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе.

Эксперты отметили что в рассматриваемой рекламной информации отсутствуют конкретные критерии, по которым осуществлялось сравнение и объективно подтверждено, что крафт в баре «BULLDOG» является лучшим в городе.

Так, Кулалаев И.В., Кондратенко З.К., Шишкова Е.П. пришли к выводу, что в представленной информации также усматриваются признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

На основании изложенного, все члены экспертного совета, включая председателя, пришли к выводу о том, что рассматриваемая информация является рекламой. Также все члены экспертного совета единогласно пришли к выводу, что в рассматриваемой рекламной информации содержатся признаки нарушения пункта 1 части 3 статьи 5 Закона о рекламе.

Пять членов экспертного совета, включая председателя, отметили, что в рекламе содержатся признаки нарушения пункта 6 части 1, пункта 5 части 2, части 3 статьи 21 Закона о рекламе, пять членов экспертного совета указали, что реклама не содержит признаков нарушения указанных норм.

Приложение: повестка совета на 5 л.

Председатель Совета,  
заместитель руководителя—  
начальник отдела

О.В. Ерошкина