**ПРОТОКОЛ**

**заседания Экспертного совета по рекламе при Томском УФАС России**

02 февраля 2024 года г. Томск

**Председательствовал:**

Безбородова Марина Александровна – заместитель руководителя Томского УФАС России – начальник отдела антимонопольного контроля

**Члены Экспертного совета, принявшие очное участие в голосовании:**

1. Калинина-Сулакшина Ольга Степановна – сопредседатель координационного совета женщин при Мэре г. Томска;
2. Ионицэ Павел Валерьевич – председатель Совета отцов города Томска;
3. Райх Ольга Петровна – член ТРОО «Опора России»;
4. Льготина Елизавета Владимировна - член ТРОО «Опора России»;
5. Афанасьева О.Б. – помощник-юрист Уполномоченного по правам ребенка в Томской области Лоскутовой Л.А.;
6. Пташник А.В. – представитель председателя Томского регионального отделения общероссийской общественной организации малого и среднего предпринимательства «Опора России» Прыткова Н.В.;
7. Башмакова Елена Андреевна – представитель ООО ГК «Яблоко»;
8. Матущенко Наталья Ивановна (Начальник отдела маркетинга и рекламы) – ООО «Томсккабель»;
9. Мельникова Наталья Владимировна – представитель ООО «Формат Сити».

**Члены Экспертного совета, принявшие заочное участие в голосовании:**

10. Шиптенко Дмитрий Александрович – директор ООО «Бизнес журнал Томск»;

11. Валевич Татьяна Викторовна - председатель комитета – заместитель начальника Департамент информационной политики Администрации Томской области;

12. Дьякина Мария Вячеславовна – начальник отдела контроля и надзора в сфере массовых коммуникаций Управления Роскомнадзора по Томской области.

**Ответственный секретарь**: Марина Сергеевна Сергеева – специалист-эксперт отдела антимонопольного контроля.

**Ответственные работники Томского УФАС России**: Жохов Станислав Владимирович – ведущий специалист-эксперт отдела контроля органов власти и торгов.

Открытие заседания Совета

Заместитель руководителя – начальник отдела антимонопольного контроля Томского УФАС России М.А. Безбородова: Приветственное слово. Ознакомление с повесткой заседания.

I. Особенности контроля за соблюдением рекламного и антимонопольного законодательства за 4 квартал 2023 г.: типичные нарушения, описание наиболее значимых дел, привлечение к ответственности. Итоги 2023 года.

Безбородова М. А. доложила об итогах правоприменительной практики за 4 квартал 2023 г. и 2023 г.

**Решили:** принять доклад к сведению.

II. Оценка восприятия рекламы стоматологической клиники (обсуждение, обмен мнениями, голосование).

Обсудили вопросы:

*1. Оцените рекламный баннер стоматологической клиники «Vitali Dent» (фотография № 1). Является ли, по Вашему мнению, изображенный образ:*

А) Оскорбительным - 0

Б) Непристойным - 1

В) Оскорбительным и непристойным – 1

Г) Не являются оскорбительным и непристойным - 3

Д) Иное - 7

**Решили:** образ в рекламе является неуместным, неэтичным, устрашающим, оттакливающим.

*2. Способна ли указанная реклама стоматологической клиники «Vitali Dent» (фотография № 1) с изображенным образом нанести вред психике граждан и/или детей?*

А) Да -5

Б) Нет - 3

В) Иное – 4

**Решили:** образ в рекламе не может нанести вред психике граждан и/или детей, однако может впечатлить маленьких детей, вызвать тревогу.

III. Оценка восприятия рекламы магазина разливных напитков «Аян» (обсуждение, обмен мнениями, голосование) (фотография № 2)

Обсудили вопрос:

*Оцените рекламный баннер магазина разливных напитков «Аян» (фотография № 2) с указанием: «Настоящее бочковое». Воспринимается ли указанный баннер как реклама пива?*

А) Да - 12

Б) Нет - 0

В) Иное – 0

**Решили:** рассматриваемый баннер воспринимается как реклама пива.

IV. Оценка восприятия рекламы магазина разливных напитков «5 градусов» (обсуждение, обмен мнениями, голосование) (фотография № 2).

Обсудили вопрос:

*Оцените рекламный баннер магазина разливных напитков «5 градусов» (фотография № 3). Воспринимается ли указанный баннер как реклама пива?*

А) Да - 12

Б) Нет – 0

В) Иное - 0

**Решили:** рассматриваемый баннер воспринимается как реклама пива.

V. Оценка восприятия рекламы сети доставок суши и роллов «Ёбидоёби» (обсуждение, обмен мнениями, голосование).

Обсудили вопросы:

*1. Оцените рекламу сети доставки суши и роллов «Ёбидоёби» (фотография № 4). Являются ли использованные в рекламе выражения «Набор Куни Ли», «Набор Бич»:*

А) Оскорбительными - 0

Б) Непристойными - 2

В) Оскорбительными и непристойными – 9

Г) Не являются оскорбительными и непристойными - 1

Д) Бранными - 2

Е) Иное - 0

**Решили:** использованные в рекламе рекламе выражения «Набор Куни Ли», «Набор Бич» являются оскорбительными и непристройными.

*2. Оцените рекламу сети доставки суши и роллов «Ёбидоёби» (фотография № 5). Является ли использованное в рекламе выражение «Филадельфия лайт в подарок 0 р по промокоду 6699»:*

А) Оскорбительным -

Б) Непристойным - 1

В) Оскорбительным и непристойным – 2

Г) Не является оскорбительным и непристойным - 9

Д) Иное -

**Решили:** использованное в рекламе рекламе выражение «Филадельфия лайт в подарок 0 р по промокоду 6699» не являются оскорбительными и непристройными.

*3. Оцените рекламу сети доставки суши и роллов «Ёбидоёби» (фотография №6). Является ли использованное в рекламе выражение «Каждый третий житель Северска пробовал Куни Ли»:*

А) Оскорбительным - 0

Б) Непристойным - 2

В) Оскорбительным и непристойным – 9

Г) Не является оскорбительным и непристойным - 1

Д) Иное - 0

**Решили:** использованное в рекламе рекламе выражение «Каждый третий житель Северска пробовал Куни Ли» является оскорбительным и непристройным.

*4. Оцените рекламу сети доставки суши и роллов «Ёбидоёби» (фотография №7). Является ли использованное в рекламе выражение «Быстрее, чем твой бывший»:*

А) Оскорбительным - 0

Б) Непристойным - 6

В) Оскорбительным и непристойным – 5

Г) Не является оскорбительным и непристойным - 1

Д) Иное - 0

**Решили:** использованное в рекламе рекламе выражение «Быстрее, чем твой бывший» является непристройным.

*5. Оцените рекламу сети доставки суши и роллов «Ёбидоёби» (фотография №8). Является ли использованное в рекламе выражение «Ролл на первый заказ Калифорния 1 р по промокоду 8572, ёбидоёби.рф 8 800 333 33 23»:*

А) Оскорбительными - 0

Б) Непристойными - 1

В) Оскорбительными и непристойными – 1

Г) Не являются оскорбительными и непристойными - 7

Д) Иное – 3.

**Решили:** использованное в рекламе выражение «Ролл на первый заказ Калифорния 1 р по промокоду 8572, ёбидоёби.рф 8 800 333 33 23» не является оскорбительным и непристойным.

VI. Оценка восприятия рекламы услуг по реставрации ванн (обсуждение, обмен мнениями, голосование).

Обсудили вопросы:

1. *Оцените рекламное объявление (услуги реставрации ванн) (фотография №9). Похоже ли рекламное объявление на объявление управляющей компании/ТСЖ многоквартирного дома?*

А) Да- 12

Б) Нет- 0

В) Иное- 0

**Решили:** рекламное объявление похоже на объявление управляющей компании/ТСЖ многоквартирного дома.

1. *Оцените рекламное объявление (услуги реставрации ванн) (фотография №9). Дает ли рекламное объявление потребителям основание полагать, что услугу они получат бесплатно?*

А) Да- 8

Б) Нет- 3

В) Иное- 1.

**Решили:** рекламное объявление дает/может дать потребителям основание полагать, что услугу они получат бесплатно.

VII. Оценка восприятия рекламы салона красоты «MILANTA» (обсуждение, обмен мнениями, голосование).

Обсудили вопрос:

*Оцените рекламный щит салона красоты (фотография № 10). Является ли использованное в рекламе выражение «За деньги-да!»:*

А) Оскорбительными - 0

Б) Непристойными - 5

В) Оскорбительными и непристойными – 1

Г) Не являются оскорбительными и непристойными - 5

Д) Иное - 1

**Решили:** использованное в рекламе выражение «За деньги-да!» в совокупности с изображением может восприниматься жителями в качестве непристойного.

VIII. О предложениях и пожеланиях в план работы Экспертного совета по рекламе.

**Предложили:** на следующем заседании совета рассмотреть практику применения Томским УФАС России положений о маркировке интернет-рекламы; поставить вопрос о включении в члены совета Кошечко Анастасию Николаевну – члена координационного совета женщин при Мэре г. Томска.

**Решили:** принять информацию к сведению.

**Экспертный совет решил:**

1. Принять доклад к сведению.
2. Образ в рекламе стоматологической клиники (фотография № 1) является неуместным, неэтичным, устрашающим, оттакливающим; образ в рекламе стоматологической клиники (фотография № 1) не может нанести вред психике граждан и/или детей, однако может впечатлить маленьких детей, вызвать тревогу.
3. Рекламный баннер магазина разливных напитков «Аян» (фотография № 2) с указанием: «Настоящее бочковое» воспринимается как реклама пива.
4. Рекламный баннер магазина разливных напитков «5 градусов» (фотография № 3) воспринимается как реклама пива.
5. использованные в рекламе *сети доставки суши и роллов «Ёбидоёби» (фотография № 4)* выражения «Набор Куни Ли», «Набор Бич» являются оскорбительными и непристройными*;*

использованное в рекламе *сети доставки суши и роллов «Ёбидоёби» (фотография № 5)* выражение «Филадельфия лайт в подарок 0 р по промокоду 6699» не являются оскорбительными и непристройными;

использованное в рекламе *сети доставки суши и роллов «Ёбидоёби» (фотография № 6)* выражение «Каждый третий житель Северска пробовал Куни Ли» является оскорбительным и непристройным;

использованное в рекламе рекламе *сети доставки суши и роллов «Ёбидоёби» (фотография № 7)* выражение «Быстрее, чем твой бывший» является непристройным;

использованное в рекламе *сети доставки суши и роллов «Ёбидоёби» (фотография № 8)* выражение «Ролл на первый заказ Калифорния 1 р по промокоду 8572, ёбидоёби.рф 8 800 333 33 23» не является оскорбительным и непристойным;

1. *рекламное объявление (услуги реставрации ванн) (фотография №9)* похоже на объявление управляющей компании/ТСЖ многоквартирного дома;

*рекламное объявление (услуги реставрации ванн) (фотография №9)* дает/может дать потребителям основание полагать, что услугу они получат бесплатно

1. использованное в рекламе рекламы салона красоты «MILANTA» выражение «За деньги-да!» в совокупности с изображением является непристойным.
2. принять предложения в план работы Экспертного совета по рекламе к сведению.

Председатель совета М.А. Безбородова

Секретарь М.С. Сергеева