

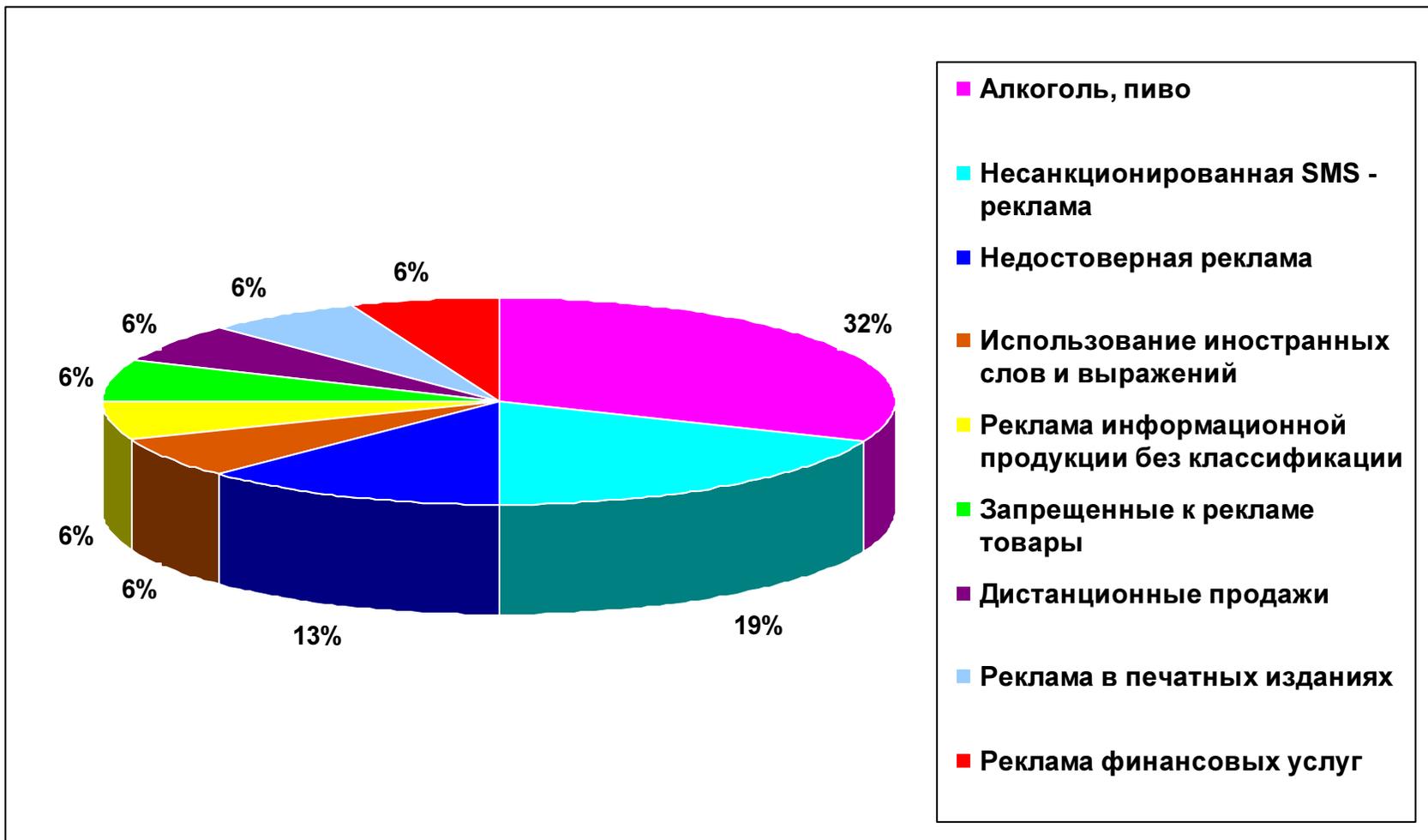


**Управление Федеральной антимонопольной службы
по Республике Мордовия**

**Экспертный Совет по применению
законодательства о рекламе при
Мордовском УФАС России**

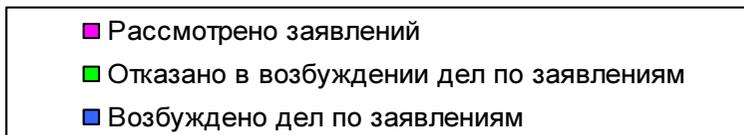
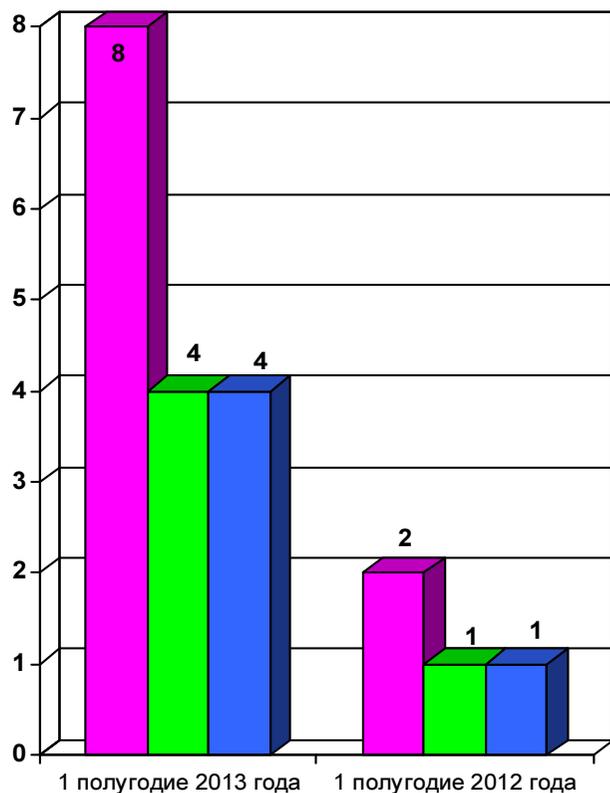
Саранск, 16 июля 2013 г.

Статистика нарушений

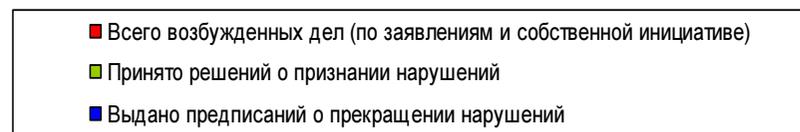
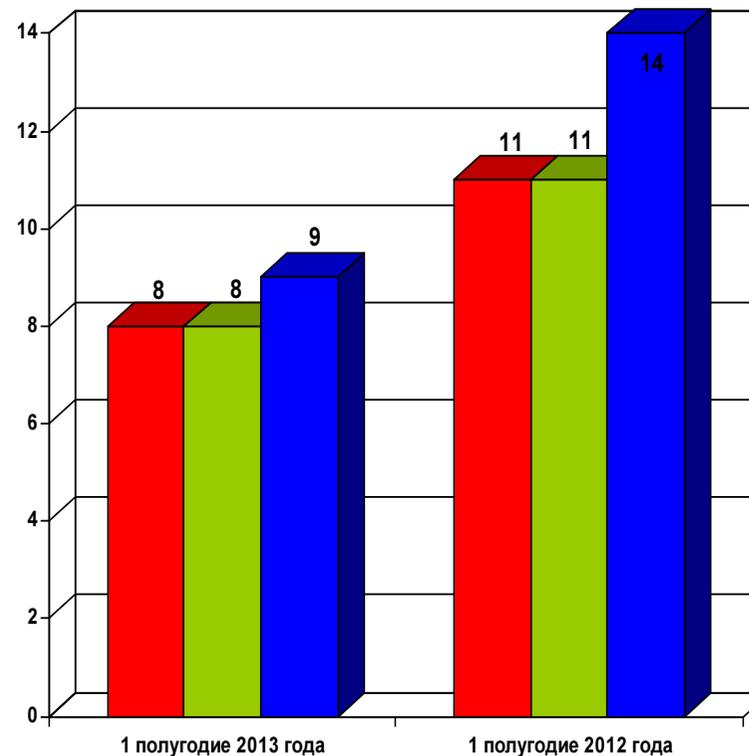


Динамика рассмотрения заявлений и дел по рекламе

Заявления

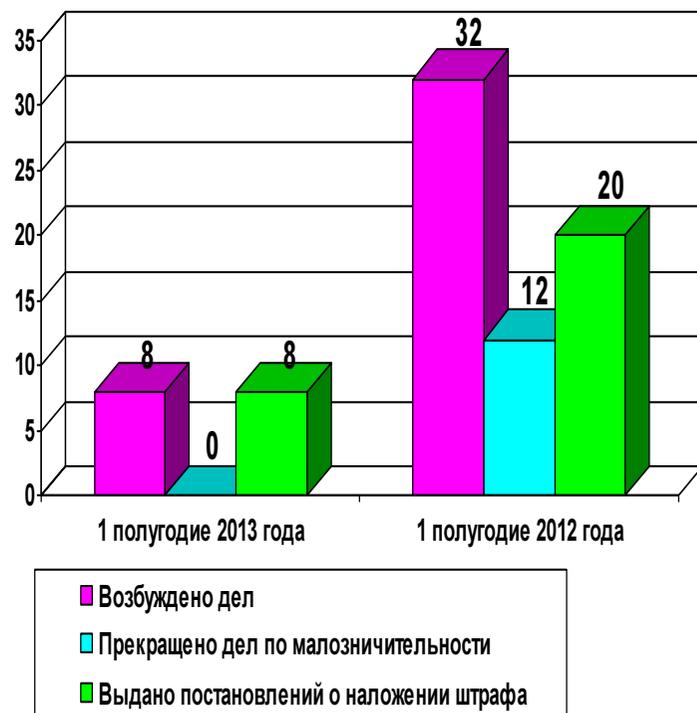


Рассмотренные дела

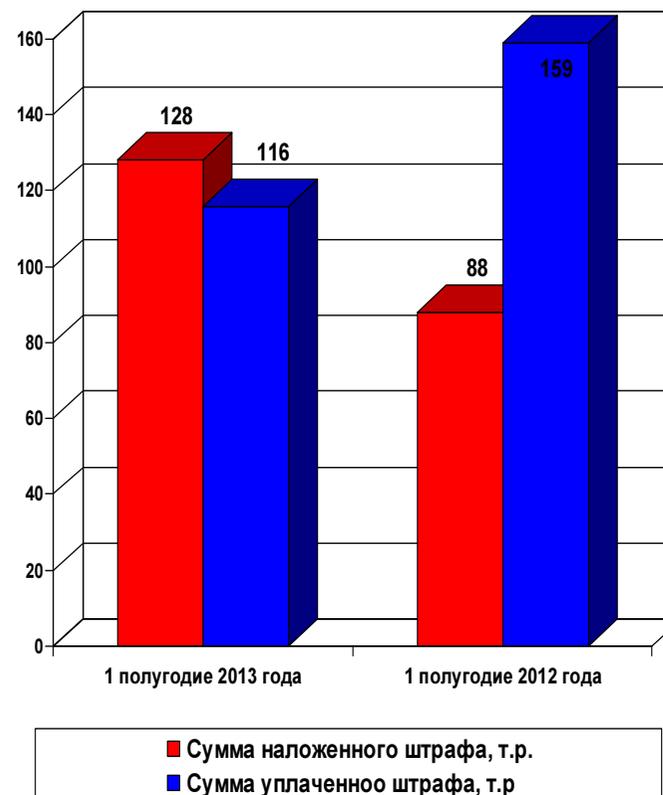


Статистика применения мер административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе

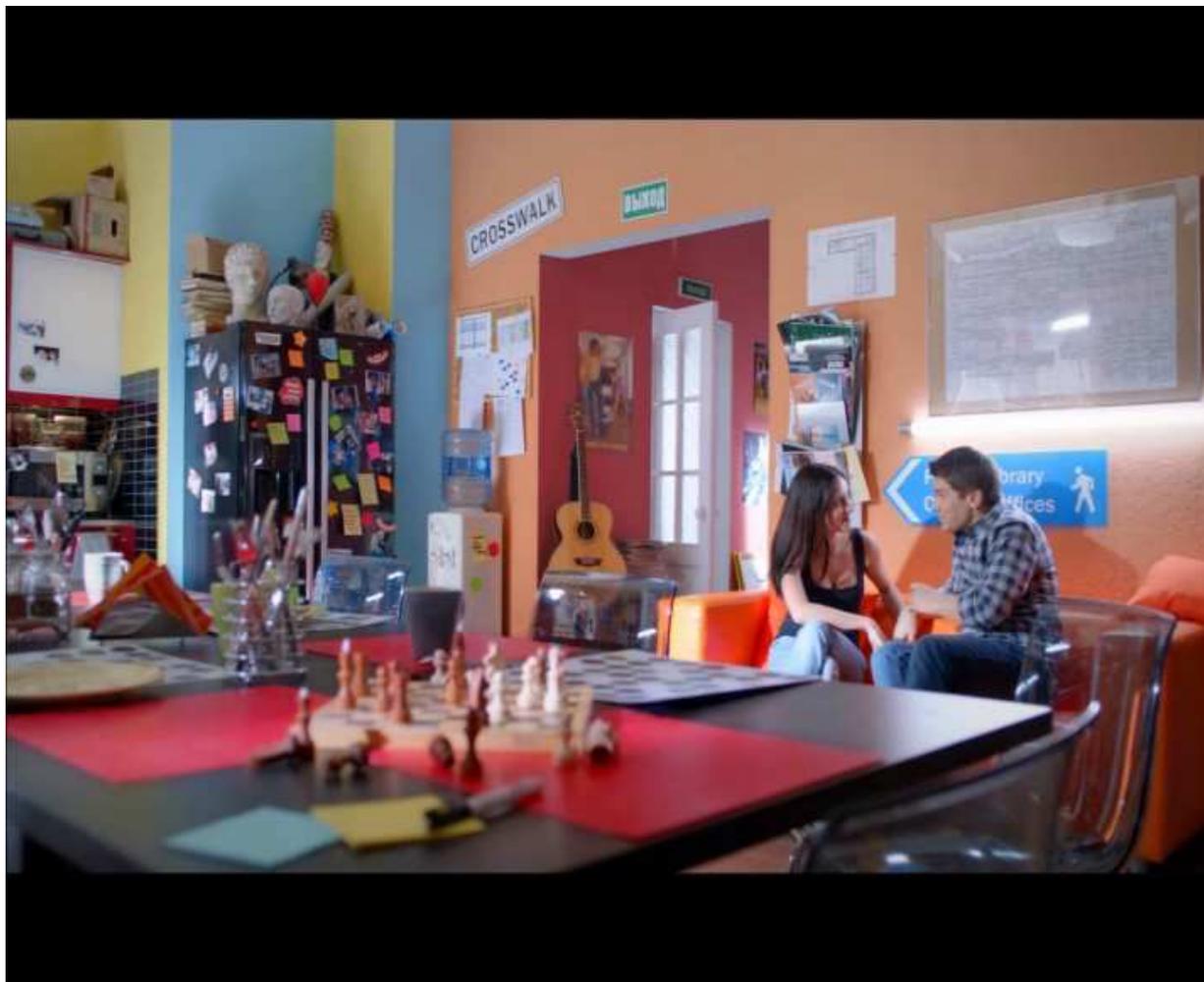
Количество дел



Сумма штрафов



Этичность (пристойность) рекламы колбасных изделий «Сосисоны»
торговой марки «Горячая штучка»: видеоролик



Этичность (пристойность) рекламы колбасных изделий «Сосисоны»
торговой марки «Горячая штучка»: **наружная реклама**



ул. Веселовского



ул. Степана Разина



II. Рассмотрение конкретных примеров, связанных с применением законодательства о рекламе

Реклама пива «Сибирская корона», нанесенная на зонтики летнего кафе, находящегося перед входом в Парк им. А.С. Пушкина в г. Саранск



ул. Московская



Об отнесении QR – кода, размещенного на плитках, смонтированных на тротуарах в центральной части г. Саранска, к рекламе



ул. Пролетарская



II. Рассмотрение конкретных примеров, связанных с применением законодательства о рекламе

QR – гид

Краткий алгоритм действий:

- отсканировать qr-код;
- поднять смартфон или планшетный компьютер по направлению стрелки;
- ознакомиться с информацией;
- перейти на следующий qr-порт.



QR - порт



Прошлое



Настоящее

Администрация г.о. Саранск

Генеральный спонсор
путешествий во времени
ОАО КБ «МПСБ»



Каждая конкретная реклама должна оцениваться на предмет соответствия нормам Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»:



- с учетом места и способа её распространения;

- целевой аудитории, на привлечение внимания которой направлена данная реклама;

- иных обстоятельств, например, с учетом культурных традиций, норм морали и этики, присущих населению определенного субъекта.



Формы проведения опросов:



- **Экспертный совет** – консультативно-совещательный орган, создаваемый при территориальных управлениях ФАС России;



- **социологический опрос**, проведенный специализированной организацией. Выбор такой организации осуществляется соответствующим антимонопольным органом путем размещения заказа на оказание услуг для государственных нужд в соответствии с требованиями Федерального закона от 21.07.2005 № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд»;



Формы проведения опросов:



- **анкетирование** (опрос общественного мнения), которое возможно осуществить путем размещения информации о спорной рекламе и опросного листа на сайте антимонопольного органа. Полученные результаты могут быть представлены суду в качестве надлежащих доказательств негативного восприятия рекламы жителями какой-либо территориальной единицы;



- **запрос** в какую-либо организацию, в том числе, в орган государственной власти, имеющую возможность предоставить объективную оценку соответствия того или иного утверждения, приведенного в рекламе, действительности, а также провести семантическую оценку текста рекламы. Такими организациями, в частности, могут выступать государственные учреждения высшего профессионального образования, научно-исследовательские институты и т.п. Целесообразность таких запросов должна быть обусловлена невозможностью оценить какую-либо рекламу на предмет соответствия нормам законодательства РФ о рекламе территориальным органом самостоятельно, а также при помощи Экспертного совета.





**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ !**



www.mordovia.fas.gov.ru



mordovia_fas

