



Коллаж Александра ЕРМОЛОВИЧА

Споры и опросы

Чем закончились самые громкие дела антимонопольной службы за последние месяцы

Светлана ЕРМОШИНА

Краевое управление Федеральной антимонопольной службы вынесло решение по шумевшему делу о рекламе пива частной барнаульской пивоварни. Она признана нарушающей ряд норм Федерального закона «О рекламе».

Вместе с общественностью

В управлении Федеральной антимонопольной службы по Алтайскому краю закрыли дело по факту распространения в открытых группах социальных сетей рекламы пива. Напомним, что по поводу рекламы частной пивоварни в УФАС обратилась женщина, которая сочла непристойной и оскорбительной этикетку с изображением женского лица с кляпом во рту. Параллельно с рассмотрением заявки антимонопольщики провели опросы общественного мнения, в общей сложности свою точку зрения высказали более 90 тысяч человек, в том числе за пределами России.

- В нашей практике подобные случаи встречаются довольно часто, - отмечает Степан Поспелов, руководитель управления Федеральной

В марте 2019 года Федеральная антимонопольная служба отметила 15-летие своей работы.

антимонопольной службы по Алтайскому краю. - Если вы помните, недавно было разбирательство с бургерной. Мы также проводили опрос, проголосовало около пяти тысяч человек. Оскорбление было доказано, частный предприниматель убрал рекламу.

Случай с «Пряничным» оказался более громким, а решение - менее очевидным. Два опроса, на сайте управления и в соцсети, показали разные результаты. Большинство посетителей сайта УФАС - 58% - нашли спорную рекламу оскорбительной, хотя точно такой же процент пользователей соцсетей занял противоположную позицию. В основном это мужчины: в управлении подчеркивают, что 76% женщин не одобрили используемый на этикетке женский образ. Как оказалось впоследствии, комиссии важен не процент, а количество людей, высказавшихся против спорного материала.

К тому же результаты опроса не были основным аргументом.

Антимонопольщики, в отличие от участников опроса, смотрели не только на изображение на этикетке, но и в текст закона «О рекламе». Согласно статье 21, реклама алкогольной продукции не должна распространяться в Интернете и содержать образы людей или животных - оба эти пункта были нарушены, как и статья 5 того же закона, запрещающая непристойные образы, сравнения и выражения. По предписанию комиссии УФАС картинка с пряником исчезнет из Сети. Но этикетка на бутылке останется: она считается не рекламным материалом, а информацией о продукте и должна изучаться другими ведомствами.

Еще одно дело, в котором УФАС обратилось к общественному мнению, еще не завершено, заседание комиссии ожидается в середине апреля. Оно связано с законом «О защите конкуренции»: рубцовская компания «Вимпль-Данн» утверждает, что Барнаульский молочный комбинат использует ее дизайн бутылки йогурта. Здесь результаты опроса также ста-

нут одним из косвенных доказательств. Большая часть общественности сходится во мнении, что перепутать упаковки сложно.

Тренды сезона

В 2018 году в связи с нарушением рекламного законодательства было возбуждено 110 дел, из них 60 - по поступившим заявлениям. Установлено 193 нарушения закона. Многие из них связаны с рекламой алкогольной продукции, финансовых и медицинских услуг, размещением рекламы на опорах с дорожными знаками. Ну а лидирует незаконная СМС-реклама.

- В массовом порядке идут жалобы на СМС-рекламу, - говорит Степан Поспелов. - В этой связи привлечены к административной ответственности банки «Левобережный» и «Восточный», операторы сотовой связи «Мегафон» и «ВымпелКом» (торговая марка «Билайн»). Все они выплатили штрафы по 100 тыс. руб.

Среди новых тенденций в работе антимонопольной службы - многочисленные обращения от членов садоводческих некоммерческих товариществ. За прошлый год и уже в 2019 году посту-

пали жалобы на садоводства «Сибирский садовод», «Солнечный», «Ракета», «Ленинградское», «Вагоностроитель», «Пригородное» и «Простор».

- Обращения связаны с тем, что в зимний период на участках отключают электроэнергию, хотя там проживают люди, - объясняет руководитель краевого УФАС. - Всплеск этих обращений мы связываем с «дачной амнистией». Многие жители нашего города оформляют свидетельства о праве на собственность и проживают в садоводствах. А члены правления для экономии денег на обслуживании сетей принимают решение отключить электроэнергию. Все обращения, поступавшие к нам, мы удовлетворили и выдали предписания о подключении дачных домов к сетям. Договоры на поступление электроэнергии заключены с поставщиками, и правления садоводств обязаны не препятствовать доступу к электроэнергии. Чтобы мы начали разбирательство, заявитель обязательно должен иметь прописку на территории садоводства, достаточно выписки из лицевого счета об уплате членских взносов.