

► Управление по защите прав потребителей сообщает: в первом полугодии зафиксировано 4 случая пищевых отравлений, 1 случай ботулизма и 3 – отравления грибами. Жителей призывают обращать внимание на срок годности и внешний вид продуктов.

Андрей ТВОРОГОВ

Времена безумной и неконтролируемой рекламы 90-х давно прошли - нынче рынок пиара жестко регулируется государством. Правда, некоторые компании все равно продолжают действовать по-старому.

«Народная» собрала самые интересные нарушения в этой сфере из доклада управления Федеральной антимонопольной службы за первую половину 2018 года.

ФАНТАСТИЧЕСКАЯ КРЕДИТКА

На распространении недостоверной рекламы попался салон сотовой связи МТС. Эта компания распространяла через своих сотрудников рекламу о кредитной карте «МТС Деньги». Она поистине фантастическая, только посмотрите на предлагаемые условия - лимит в полмиллиона, возврат на счет МТС от суммы покупки и обычный кешбэк до 7,5%, бесплатное обслуживание...

- Реально таких условий, естественно, нет, - рассказала ведущий специалист-эксперт УФАС по Ульяновской области Наталья Курчангина. - Людям рассказывали о лучших условиях из возможных, но в реальности их или не предоставляют, или предоставляют только индивидуальным клиентам.

Для кешбэка, например, нужно было подключение дополнительных услуг. Стоимость обслуживания - 900 рублей в год, если не было иного предложения от банка.

- Таким образом, в рекламе отсутствовала существенная информация, - подытожил замруководителя УФАС Иван Спиридонов. - Для нас главное - чтобы реклама не обманывала ожидания потребителей. Рассматривается вопрос о возбуждении административного дела.

Прочти, если успеешь

УФАС рассказало о нарушениях закона о рекламе

ОБОРОТНИ С МОЙКОЙ

А этот забавный случай произошел на площадке «Яндекс-директ». Компания «Русланд Марбакс» разместила сообщение о том, что якобы продает мойки «Улгран», и указала ссылку на свой сайт. Собственно, «Улгран» и обратился в УФАС - дело в том, что свои мойки они продают только на собственном сайте, а «Марбакс» нарушил их авторские права. Зачем это было сделано? Как полагают в управлении, для привлечения внимания к своей продукции - через известный на рынке бренд. Вы, наверное, уже догадались, что на margbaxx.com продавались каменные мойки самого «Марбакса», но в рекламе был указан престижный бренд.

- Реклама была признана недостоверной, в настоящее время рассматривается вопрос о возбуждении административного дела, - сообщил Иван Спиридонов.

КОНКУРС СКОРОТЕНИЯ

На недобросовестной рекламе попадают партнеры очень крупных компаний, например «Мицубиси». Рекламный ролик «Мицубиси Аутлендер», который крутили на телевидении, был признан УФАС ненадлежащим из-за того, что получить информацию о товаре из него смогла бы, наверное, только Ирина Иванченко. Мы о 16-летней девушке, которая попала в Книгу рекордов Гиннеса со скоростью чтения 163 333 слова в минуту.

Условия покупки автомобиля продемонстрировались 8 секунд, за это



время нужно было прочитать 600-700 знаков мелким шрифтом. Так описывались реальные условия покупки, а закадровый голос медленно и с расстановкой рассказывал о «специальных условиях» - ставке 0% и так далее.

- Прочитать информацию мы смогли только с помощью стоп-кадра, - добавил Иван Спиридонов. - В данном случае прочесть реальные условия было невозможно, параллельно шел видеоряд, голос, что еще сильнее запутывало ситуацию. В результате потребитель запомнил только самые яркие, а не реальные моменты.

А ЛОМБАРД-ТО НЕНАСТОЯЩИЙ!

Нарушают рекламное законодательство ломбарды - вернее, компании, которые маскируются под ломбарды. О разнице «Народная газета» уже рассказывала, напомним кратко: ломбард - это полноценная финансовая организация, работа которой регулируется Центробанком. А вот работа комиссионного магазина, кото-

рый, в принципе, тоже принимает драгоценности, не регулируется Центробанком.

Последнее заявление в УФАС поступило на «ломбард» Royal. Компания «Малахит», которой он принадлежит, в качестве ломбарда юридически не зафиксирована, это обыкновенная комиссионка, одна-ко давать о себе пышную рекламу ей это не мешало.

- Ломбард - юридическое лицо, которое обязательно содержит в своем названии слово «ломбард», простите за тавтологию, - отметила Наталья Курчангина. - В реальности мы имеем дело с лицами, не являющимися кредитной организацией. Во-первых, потребителей вводят в заблуждение, во-вторых, такая реклама оказывает негативное влияние на рынок кредитования вообще.

БОЙ ЗА КОФЕ

Попался на недобросовестной рекламе в Ульяновске и всем известный «Магнит». Они разместили в каталоге информацию о продаже растворимого кофе «Черная карта»

КОММЕНТАРИЙ

Заместитель руководителя управления Федеральной антимонопольной службы по Ульяновской области Иван Спиридонов:



- В первом полугодии 2018 года количество заявлений о нарушении рекламного законодательства увеличилось, однако далеко не по всем заявлениям возбуждаются дела. Много отказных заявлений, подтвердилось только 16 эпизодов. Дело в том, что зачастую заявления состоят буквально из трех предложений, а нам нужны подробности, доказательства.

Отказы связаны еще с тем, что потребители жалуются на информацию, которая рекламой не является. Например, информация на официальном сайте компании - это не реклама. Не является рекламой и информация, в которой не содержится название конкретного товара.

со скидкой 39%, итоговая цена - 103 рубля 90 копеек.

- А вот когда наш заявитель пришел в магазин и купил баночку кофе - в чеке обнаружилась совсем другая сумма, в полтора раза выше заявленной в каталоге, - пояснил Иван Спиридонов. - Реальная цена была 162 рубля 90 копеек. В «Тандере» (владелец «Магнита») объяснили это технической ошибкой, однако журнал распространялся без ее исправления и дальше. Мы пошли в суд.

Сначала суд признал рекламу ненадлежащей, но штраф отклонил, дескать, нарушение малозначительное. Но арбитражный суд апелляционной инстанции все-таки присудил взыскать с «Магнита» 110 000 рублей.

- Мы считаем, что подобная реклама затрагивает интересы большого количества людей и притом распространяется огромными тиражами, так что нарушение совсем не малозначительное, - заявил Иван Спиридонов. - Так что мы рады, что суд с нашими доводами согласился.

Анекдот в тему

Смогу ли я когда-нибудь быть таким же счастливым, как люди из рекламы туалетной бумаги со смываемой втулкой?

Актуализация технических условий на продукцию обязательна!

15 сентября в России отмечался День отечественной стандартизации. Этот праздник не следует путать с Всемирным днем стандартов, который будет праздноваться 14 октября.

Первый центральный орган по стандартизации в СССР - Комитет по стандартизации при Совете труда и обороны - был создан 15 сентября 1925 года. Первым председателем Комитета стандартизации был В.В. Куйбышев.

Комитет руководил работой наркоматов, разрабатывающих ведомственные стандарты, и утверждал их. Тогда же было введено понятие общесоюзного стандарта - ОСТ. В 1926 г. появились первые общесоюзные стандарты на селекционные сорта пшеницы, чугуна, прокат черных металлов и некоторые товары народного потребления. Первый

общесоюзный стандарт был принят 7 мая 1926 года. К концу 1930-х годов насчитывалось уже около 1000 ОСТов.

Сейчас в России продукция выпускается в основном по ГОСТ, ГОСТ Р, ТУ.

Некоторое время назад в среде специалистов в области стандартизации активно распространялось мнение о том, что Технические условия (ТУ) изжили себя и в скором будущем данная форма нормативно-технической документации будет отменена.

Но вопреки этому мнению, вступивший в силу Федеральный закон № 162-ФЗ «О стандартизации в Российской Федерации» официально закрепил понятие «Технические условия». Так что же такое ТУ? Это вид стандарта организации, утвержденный изготовителем продукции или исполнителем работы (услуги), который разрабатывается

и применяется в соответствии с условиями, установленными в договорах (контрактах).

Но зачастую изготовитель, разработавший в свое время технические условия (ТУ) на продукцию, не отслеживает изменения нормативных документов, на которых базируются установленные в его ТУ требования, например, указанные в ТУ ГОСТы отменены либо заменены на другие, в ГОСТах изменены показатели и т.д. Несвоевременная актуализация ТУ может обернуться для добросовестного производителя неблагоприятными последствиями в отношениях как с потребителями, так и с контролирующими организациями.

Для исключения подобных ситуаций ТУ нужно периодически проверять. Для этого разработчик должен периодически внимательно анализировать сведения в ТУ. Один из вариантов такой проверки - актуализация

ЦСМ ИНФОРМИРУЕТ



ТУ, которую можно заказать в Ульяновском ЦСМ. Актуализацию проводит государственный эксперт по стандартизации.

Специалисты «Ульяновского ЦСМ» также оказывают:

- услуги по разработке технических условий и стандартов организаций;
- методическую помощь предприятиям, самостоятельно разрабатывающим ТУ;
- консультативные услуги по оформлению каталожных листов продукции.

Мы находимся по адресу: г. Ульяновск, ул. Урицкого, д. 13, корп. 2, каб. 12.

Дополнительную информацию можно получить по телефону: (8422) 46-28-29, 75-37-37 (доб. 112).