

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА
Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации
Правительства Санкт-Петербурга

Запрос рассмотрен членами комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов и общественных объединений Общественного совета по рекламе - Санкт-Петербургского представительства Саморегулируемой организации "Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО), а также председателем правового комитета СРО.

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка) 18.12.2019-13.01.2020.

Описание рекламного продукта

Изображения на выносных штендерах с рекламой паба Pub Docker, содержащие образы животных (кота и мыши) и тексты "Я бы еще выпил. Котик, где тут пиво? Тут и там".

Суть запроса

На сервис "Электронная приемная" на официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга поступила жалоба потребителя на содержание вышеуказанной рекламы, которая, по его мнению, используя изображения животных и алкогольного напитка, оказывает негативное влияние на несовершеннолетних детей.

Для вынесения объективного решения по данному вопросу КПВСМИ обратился в СРО с запросом о соответствии данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП), а также за получением ответов на поставленные вопросы.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Изучив материалы из обращения КПВСМИ, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Содержатся ли в данной рекламе оскорбительные и/или непристойные образы, сравнения и/или выражения?

Эксперты единогласно проголосовали "НЕТ".

Вопрос № 2. Причиняет ли вышеуказанная реклама вред несовершеннолетним?

Эксперты единогласно проголосовали "НЕТ".

Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе нарушения требований Российской Федерации о рекламе, а также норм, изложенных в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты большинством голосов (69,2%) ответили “НЕТ”, 30,8% экспертов ответили “ДА”.

Эксперты мотивировали свою позицию следующими выводами.

В соответствии с Федеральным законом от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» «реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке» (п. 1 ст. 3).

Объектом рекламирования может быть только индивидуализируемый товар (изготовитель или продавец и т.д.), «в случае размещения на фасаде магазина фотографий каких-либо товаров или каких-либо изображений (...) без индивидуализирующих признаков указанных товаров, такие изображения не могут быть признаны рекламными» (Письмо ФАС России от 28.11.2013 № АК/47658/13).

Таким образом, рассматриваемые материалы не содержат объекта рекламирования и не являются рекламными. Возможно, их следует квалифицировать как указатели в силу наличия стрелок и слов «тут и там», но в силу п. 5 ч. 2 ст. 2 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» данный закон на указатели не распространяется.

Также на данных конструкциях отсутствует рекламная информация о продавце - его коммерческом наименовании, логотипе и другие обозначения, позволяющие определить, что объектом рекламирования является продавец алкогольной продукции.

Особое мнение

От отдельных экспертов поступили особые мнения о том, что в данном случае имеет место реклама с изображением кота и надписи "Котик, где пиво?", которая содержит признаки нарушения п. 6 ч. 1 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», запрещающей использовать образы животных в рекламе алкогольной продукции.

Также, высказана точка зрения о том, что в данном случае рекламируется все же не столько заведение общепита, сколько ПИВО в данном заведении. Таким образом, нарушается п. 2.4 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» о том, что "реклама алкогольной продукции не должна размещаться: ...снаружи и внутри зданий... за исключением мест, в которых осуществляется розничная продажа алкогольной продукции" и п. 3 этой же статьи "реклама алкогольной продукции в каждом случае должна сопровождаться предупреждением о вреде ее чрезмерного потребления".

Решение

1. Нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» и Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП) не выявлены.

2. Данные макеты не являются рекламой алкогольной продукции, не содержат оскорбительных или непристойных образов, оказывающих вред несовершеннолетним.

