

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 40-12.04.2023
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Ямало-Ненецкому автономному округу

Запрос рассмотрен 5 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии "Рекламный Совет" (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 12.04.2023 — 20.04.2023

Описание рекламного продукта

В социальной сети "ВКонтакте" на официальном аккаунте Администрации города Салехарда (https://vk.com/salekhard_adm) установлено наличие публикации от 31.01.2023 об открытии новой точки пивоваренной сети Santa Gusto, которая будет производить и реализовывать алкогольную продукцию (пиво) (https://vk.com/salekhard_adm?w=wall-118907081_51230).

Страница сайта https://vk.com/salekhard_adm является официальной страницей Администрации города Салехард, страница прошла процедуру дополнительной верификации страниц государственных организаций. Сообщество получило специальную отметку ("Подтверждено через Госуслуги"), которая подтверждает, что страницу ведут официальные лица, связанные с государственным учреждением.

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Ямало-Ненецкому автономному округу (далее — УФАС), где при осмотре официального аккаунта Администрации города Салехарда в социальной сети "ВКонтакте" установлено наличие вышеуказанной публикации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой информации на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений п.8 ч. 2 , ч.3 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе".

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства

Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос №1. Является ли информация

(https://vk.com/salekhard_adm?w=wall-118907081_51230), размещенная на сайте https://vk.com/salekhard_adm рекламой ?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 2. Соответствует ли данная информация требованиям пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона "О рекламе"?

Поскольку исследуемая информация не является рекламой, то она не может быть проверена на соответствие пункта 8 части 2 статьи 21 Федерального закона "О рекламе"

Вопрос № 3. Соответствует ли данная информация требованиям части 3 статьи 21 Федерального закона "О рекламе"?

Поскольку исследуемая информация не является рекламой, то она не может быть проверена на соответствие части 3 статьи 21 Федерального закона "О рекламе"

Вопрос № 4. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Поскольку исследуемая информация не является рекламой, то она не может быть проверена на соответствие иных нарушений требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"

Вопрос № 5. Имеются ли в данных материалах нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Спорный материал представляет информацию о конкретном случае развития малого бизнеса с помощью государственных субсидий.

Виды пива в материале не названы, нет призывов к потреблению пива, как нет призыва посещать данный бар и покупать данное оборудование. Упоминание иных товарных знаков имеет целью информирование жителей о изменениях в жизни города.

На основе представленного материала можно сделать предположение, что целью публикации является не столько информирование об открытии бара, столько об успехах выдачи субсидий в рамках нацпроекта "Малое и среднее предпринимательство".

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. В соответствии с результатами голосования спорный материал носит информационный характер.
2. Нарушения положений п.8 ч.2 и ч. 3 ст .21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" не выявлены.
3. Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

