

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 04-02.03.2026

Управления федеральной антимонопольной службы России по Московской области

Запрос рассмотрен 4 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): 02.03.2026 – 23.03.2026.

Описание рекламного продукта

Распространение рекламы телеканала «360» на наружной рекламной конструкции с текстом следующего содержания: «Мы по уши в Дубне!».

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее — УФАС), где находится на рассмотрении обращение физического лица по факту размещения вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушения требований ч.6 ст.5 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 Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос №1. Содержатся ли в спорной рекламе признаки нарушения требований ч.6 ст.5 ФЗ «О рекламе», а именно: использование непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос №2. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос №3. Имеются ли нарушения иных законодательных актов Российской Федерации?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос №4. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

На основании проведенного анализа эксперты единогласно пришли к заключению, что в спорной рекламе нет нарушений.

Эксперты в представленном материале увидели только игру слов. Довольно примитивную, но не нарушающую закон, если не считать нарушением закона профессиональную импотенцию.

Кроме того, один эксперт предположил, что текст на приведенной вывеске не является рекламой

Эксперты отметили, что «запрос УФАС не содержит желательной информации. Нет обоснования сомнений УФАС в законности данного материала. Кажется, что профессионалы - в отличие от рядовых потребителей - должны компетентно прорабатывать свои переживания. Мы неоднократно просили антимонопольщиков обосновывать их претензии».

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1.Нарушения положений ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» не выявлены.

2.Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

