

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 06-20.03.2026**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России по Курской области**

Запрос рассмотрен 6 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): 20.03.2026 – 30.03.2026.

**Описание рекламного продукта**

Распространение в сети «Интернет» рекламы следующего содержания: «Заблокировали карты из-за РКЛ? Исключим из реестра МВД. Вас внесли в реестр контролируемых лиц? Подготовим документы, добьемся исключения. bolshoedelo.com Перейти на сайт».

**Суть запроса**

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Курской 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 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. Являются ли объектами рекламирования товары или услуги, являющиеся незаконными, запрещенными к свободному обороту или заведомо обманывающими ожидания потребителей?*

Голоса экспертов разделились поровну (3/3)

*Вопрос №2. Следует ли из содержания рекламы, в том числе из утверждения «Исключим из реестра МВД», гарантия 100% результата по исключению из реестра?»*

Эксперты единогласно ответили ДА

*Вопрос №3. Содержатся ли в данной рекламе признаки недостоверности и/или недобросовестности?*

Эксперты единогласно ответили ДА

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

4 эксперта ответили НЕТ, а 2 эксперта ответили ДА

*Вопрос № 5. Имеются ли нарушения иных законодательных актов Российской Федерации?*

4 эксперта ответили НЕТ, а 2 эксперта ответили ДА

*Вопрос № 6. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?*

5 экспертов ответили ДА, а 1 эксперт ответил НЕТ

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

На основании проведенного анализа эксперты единогласно пришли к заключению, что в спорной рекламе присутствуют признаки недостоверности.

Эксперты мотивировали свою позицию тем, что юридические услуги вообще и в частности услуги помощи в исключении из реестра контролируемых лиц не относятся к запрещенным в России услугам. Оборот «услуги, заведомо обманывающие ожидания потребителей» в российском законодательстве не содержится, его содержание не ясно.

Оборот «исключим из реестра МВД», а также оборот «добьемся исключения» при буквальном толковании содержат обещание достижения гарантированного успеха. При этом исключение из РКЛ не находится в сфере компетенции юридического агентства, поэтому оно не может гарантировать такое исключение, а может лишь обещать содействие. Таким образом, спорная реклама содержит нарушение п. 2 и п. 6 ч. 3 ст. 5, ч. 7 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Один эксперт отметил, что на все вопросы «ответил «да» только на том основании, что в рекламе есть намек на 100% результат. Здесь можно было бы поспорить, что во многих других рекламах типа «обретите чувство свободы» или «увеличение объема ресниц» тоже есть обещание, которое невозможно выполнить на те 100% как его может понимать потребитель. Но нам неизвестно, а есть ли вообще положительные исходы такой помощи? Может быть, там гарантированный 0%. Поэтому из предосторожности я бы скорее такую рекламу не разрешил и предложил бы рекламодателю указать реальный процент успешной помощи клиентам. Это было бы честно».

#### **Особое мнение**

Особых мнений не поступило.

## Решение

1. Выявлены нарушения требований п.2 и п.6 ч.3 ст.5, ч.7 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2. Выявлены нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

