

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 08-08.02.2023
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Санкт-Петербургу

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): 08.02.2023 — 21.02.2023.

Описание рекламного продукта

Распространение рекламы книжного магазина "Доступная книга" на выносном штендере, расположенного перед входом во двор Гостиного двора г. Пушкина, с текстом следующего содержания: "ЗАПАД внедрил нам СВОИ ценности. Не можете от них отказаться? УМНЫЕ ЛЮДИ читают книги. Книжный в центре рынка, подвальчик за выпечкой «КОРЖОВ»" и изображением деда Мороза с автоматом, держащего за одежду Санта Клауса, с текстами: "Ну, теперь скажи хо-хо-хо", "Не имеете права! Я гражданин США!"

Суть запроса

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

По мнению заявителя, "...рекламный штендер нарушает закон РФ, а также несколько положений закона о рекламе:

1. Демонстрация экстремистской деятельности: – возбуждение национальной розни – пропаганда исключительности, превосходства либо неполноценности человека по признаку его национальной принадлежности

2. Использование запрещённых для демонстрации материалов: – насилие – демонстрация оружия (предметы опасные для жизни и здоровья)... "

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе", в том числе, обычаям делового оборота, установленными Международным кодексом рекламной практики от 02.12.1986 г., к которому присоединилась и Российская Федерация.

Отклик

Позиция рекламодателя книжной лавки "Доступная книга":

На стритлайне с рекламой моего Книжного магазина размещена ироническая картинка визуализирующая отказ от западных ценностей. А именно - Дед Мороз выгоняет Санта Клауса. И текст: Запад внедрил нам свои ценности. Не можете от них отказаться? Умные люди читают книги.

Что именно здесь является разжиганием национальной розни и экстремизмом? То, что у Деда Мороза в руках оружие? Так это намёк на то, что добро должно быть с кулаками. Путин сказал в интервью после начала СВО, что он вырос в Ленинградский подворотнях и улица его научила - если драка неизбежна, бей первым. Вы не согласны? Запад и в частности США - наши друзья? Тогда зачем американцы, немцы и французы поставляют своё вооружение на Украину? Чтоб из него убивали наших военных. И после этого они нам не враги? Наш президент вчера сказал: Запад нам снова угрожает немецкими танками с крестами. А я значит разжигаю своей рекламой национальную рознь? Вот например на дверях Гостиного Двора в г.Пушкин висели плакаты о наборе добровольцев воевать по контракту. С демонстрацией оружия. Это же патриотизм? Так и я тоже патриотическую рекламу делаю.

Создавая свой рекламный объект, я руководствовался речью президента РФ, когда он объявил начало спецоперации по защите русских жителей Донбасса. Вы же не против, что наш президент решил русскоговорящих на Украине защитить? Это не возбуждение национальной розни? В.В.Путин 24.02.2022г в обращении сказал, что современные западные ценности ведут к деградации человека. Дословно: Навязываемые Западом современные ценности ведут к деградации, вырождению, противоречат природе человека. Запад разрушал наши ценности и пытался навязать свои ценности.

У меня вопрос к ФАС. Наш президент не призывает этими фразами к экстремизму? К превосходству русских над западной цивилизацией? Думаю что нет. Именно поэтому я решил почти дословно воспользоваться этими фразами президента, и проиллюстрировать рекламу наглядной картинкой о разных ценностях России и Запада. Сделал это для того, чтоб мотивировать людей читать книги, а не деградировать в интернете. По моему этого хочет и президент РФ. В декабре 2022г он подписал указ о признании книжных магазинов социальными объектами. Потому что книжные магазины чувствуют себя не очень хорошо, балансируют на грани закрытия из-за санкций и подорожания книг на 30%. Т.к. краска в типографиях импортная. Не говоря уже о цене на бумагу. Сейчас даже в наших поликлиниках диагнозы выдают на серой бумаге, а не на белой как раньше.

За несанкционированную установку стритлайна прошу прощения. Я выносил его за территорию Царскосельского рынка несколько раз на новогодних каникулах, потому что вообще не было покупателей, а моя Книжная лавка на грани банкротства. Есть просрочка по бизнес-кредиту. Банк угрожает изъять всё имущество из магазина и арестовать счета. То есть хотят угробить наш маленький семейный бизнес многодетной семьи. Несмотря на то, что президент РФ постоянно говорит, что нужно поддерживать многодетные семьи. Я недавно обратился в Администрацию СПб согласно подписанному указу Путина от 28 декабря 2022г о поддержке небольших книжных магазинов. Соответственно мне должен прийти от них ответ в течении 30 дней, какую поддержку Книжным оказывает

правительство Петербурга по распоряжению президента РФ. Надеюсь, что при обсуждении мер поддержки мы с администрацией СПб и обсудим в том числе где я могу размещать свою рекламу и какую.

Хочется попросить разных проверяющих - дайте нам выжить! По опросу РБК около половины предпринимателей не планируют сейчас развитие, а просто хотят сохранить свой бизнес. Моя реклама всего лишь стимулирует людей читать книги, да ещё и с использованием посылы нашего президента о возврате к нашим традиционным русским ценностям, которые и символизирует Дед Мороз как противопоставление Санта Клаусу на картинке стритлайна. Или вы мнение президента Путина о возврате к нашей русской культуре не разделяете? Даже в Государственной думе приняли в первом чтении закон "О запрете иностранных слов на государственном уровне". Депутаты по ТВ уже говорят о том, что нужно запретить вывески в центре Москвы и Петербурга на иностранных языках. Эти их рассуждения не демонстрация превосходства нашей культуры над западной? Я полностью разделяю взгляды президента РФ и наших депутатов по этому вопросу. Поэтому делаю социально острую рекламу по защите нашей русской культуры от чуждых нам западных ценностей. Но если ФАС считает по другому, то я могу направить это обращение в Народный фронт и в Комитет по культуре Государственной Думы, чтоб поинтересоваться у них, что я сделал не правильно?

Призываю ФАС внимательнее относиться к заявлениям неадекватных граждан, которые пишут вам кляузы для проверок. Они могут быть из числа тех провокаторов, которые пытались сбежать от мобилизации объявленной президентом РФ и не разделять наши русские традиционные ценности. Может быть для этих людей воевать с оружием за Родину и нашу культуру тоже экстремизм? Лучше бы ФАС разбирался с разного рода иноагентами, а не с теми кто за нашу русскую культуру борется на грани выживания.

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. Имеются ли в данной рекламе признаки нарушения п.2 ч.4 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Голоса экспертов разделились поровну (50%/50%)

Вопрос № 2. Имеются ли в данной рекламе признаки нарушения ст.26 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе признаки нарушения ч.6 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 4. Соответствует ли данный рекламный материал обычаям делового оборота, установленным Международным кодексом рекламной практики от 02.12.1986г.?

Голоса экспертов разделились поровну (50%/50%)

Вопрос № 5. Имеются ли в данном материале иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 6. Имеются ли в данном материале нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Голоса экспертов разделились поровну (50%/50%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

При рассмотрении представленного материала мнения экспертов разошлись.

Одна половина экспертов не видит признаков нарушений и считает, что рекламный материал полностью соответствует декларируемому в настоящее время в российском обществе юридическим и моральным нормам.

Остальные эксперты (50% экспертного состава) высказали точку зрения о том, что в данной рекламе есть нарушения:

Спорный материал является рекламой, что не оспаривается рекламодателем, следовательно, на данный материал распространяются требования закона "О рекламе". Объектом рекламирования являются услуги магазина "Доступная книга", рекламы оружия не имеется.

Изображение в спорной рекламе содержит демонстрацию угрозы вооруженным насилием гражданину в костюме Санта Клауса. Угроза убийством или причинением тяжкого вреда здоровью представляет состав преступления, предусмотренного статьей 119 УК РФ. Вокруг лежат несколько человек в костюмах Санта Клауса, что – исходя из контекста – должно истолковываться потребителем информации как факты осуществления указанной угрозы.

Применение вооруженного насилия в Российской Федерации, как и любом другом государстве, легально только при наличии санкции со стороны государства. Совершение преступления с использованием оружия является отягчающим обстоятельством в соответствии с п. "к" ст. 63 УК РФ. Хранение и ношение боевого оружия (автомат

Калашникова в данном случае) гражданскими лицами ("дедом Морозом") является преступлением, предусмотренным ст. 222 УК. Таким образом, спорная реклама побуждает к совершению противоправных действий (п. 1 ч. 4 ст. 5 Закона о рекламе) и призывает к насилию и жестокости (п. 2 ч. 4 ст. 5 Закона о рекламе).

Ссылки рекламодателя на обстоятельства, связанные с СВО, не имеют правового значения, так как приведенные им примеры относятся к деятельности государственных органов, обладающих легальным правом на вооруженное насилие. Кроме того, следует отметить крайне неудачный выбор оппонента для "деда Мороза".

Санта Клаус – святой Николай Мирликийский – величайший святой христианской Церкви, и насилие над людьми, подражающими его легендарному деянию, вполне может быть расценено как оскорбление чувств верующих, независимо от гражданства этих людей. Ни о какой защите традиционных российских ценностей в этом случае речи быть не может.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. В связи с равенством голосов нарушения не являются очевидными для принятия полноценного решения о соответствии или несоответствии данной рекламы п.2 ч.4 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе"

2. Нарушения положений ч.6 ст.5 и ст.26 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" не выявлены.

3. В связи с тем, что в вопросе нарушений в рекламе и обычаях делового оборота норм, изложенных в Международном кодексе рекламной практики (1986г), Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, мнения экспертов разошлись в равной степени, предлагается УФАС проинформировать рекламодателя, о том, что следует быть более ответственным в собственных маркетинговых коммуникациях.

