

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 10-03.02.2022**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Ямало-Ненецкому автономному округу**

Запрос рассмотрен 8 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): 03.02.2022 — 11.03.2022.

**Описание рекламного продукта**

В социальной сети ВКонтакте на аккаунте "Сплетни | Тарко-Сале" от 28 ноября 2021 года ([https://vk.com/spletni\\_ts?w=wall-106243340\\_157040](https://vk.com/spletni_ts?w=wall-106243340_157040)) реклама магазина TaksebeShop («Таксебе Шоп»).

**Суть запроса**

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Ямало-Ненецкому автономному округу (далее — УФАС). УФАС просит высказать свое мнение относительно того:

- 1) является ли рекламой информация, размещенная на сайте ([https://vk.com/spletni\\_ts?w=wall-106243340\\_157040](https://vk.com/spletni_ts?w=wall-106243340_157040));
- 2) соответствует ли информация на сайте ([https://vk.com/spletni\\_ts?w=wall-106243340\\_157040](https://vk.com/spletni_ts?w=wall-106243340_157040)) требованиям п. 8 ст. 7 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 (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

*Вопрос № 1. Является ли рекламой информация, размещенная на сайте ([https://vk.com/spletni\\_ts?w=wall-106243340\\_157040](https://vk.com/spletni_ts?w=wall-106243340_157040))?*

Эксперты большинством голосов ответили **Да**, лишь 1 эксперт ответил **Нет** (12.5%).

*Вопрос № 2. Соответствует ли информация на сайте требованиям п. 8 ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?*

Голоса экспертов разделились **поровну**.

*Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?*

Эксперты большинством голосов ответили **Нет**, лишь 2 эксперта ответили **Да** (25%).

*Вопрос № 4. Имеются ли в данной рекламе нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?*

Голоса экспертов разделились **поровну**.

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Спорный материал соответствует всем признакам рекламы, в частности содержит информацию о названии магазина, месте его расположения, профиле деятельности, схематичные изображения продаваемых товаров. Будучи расположенным на странице городского сообщества в сети Вконтакте, он адресован неопределенному кругу лиц, предназначен для привлечения внимания, формирования или поддержания интереса и продвижения на рынке объекта рекламирования. Объектом рекламирования является магазин - Кальянный магазин «Таксебе Шоп».

При этом половина экспертов отметили, что реклама магазинов, реализующих продукцию для табакокурения разрешена. Схематическое изображение кальяна рекламой кальяна по смыслу данной рекламы не является. Также процесс курения в спорной рекламе не показан.

А другая половина убеждена, что в соответствии с **ч. 4 ст. 2** Закона о рекламе специальные требования и ограничения, установленные настоящим Федеральным законом в отношении рекламы отдельных видов товаров, распространяются также на рекламу их продавцов, за исключением случая, если реклама продавца явно не относится к товару, в отношении рекламы которого настоящим Федеральным законом установлены специальные требования и ограничения. Законодатель указал на необходимость явной неотносимости рекламы продавца к рекламе его товаров, т.е. любое сомнение в данном случае толкуется как распространение требований к рекламе товара на рекламу его продавца. Рассматриваемая спорная реклама относится к продаже табака, табачной продукции, табачных изделий, никотиносодержащей продукции, курительных принадлежностей: на это указывает подчеркивание в рекламе производства дыма с помощью продаваемых в магазине товаров (кубиков, жидкостей и т.д.), явных

указаний на производство дыма с помощью иных – нетабачных, некурильных – товаров в рекламе не содержится. Таким образом, на рекламу Кальянного магазина «Таксебе Шоп» распространяются требования к рекламе табака табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курильных принадлежностей Закона о рекламе. В соответствии с п. 8 ст. 7 такая реклама не допускается.

### Особое мнение

Особых мнений не поступило.

### Решение

1. В соответствии с результатами голосования данный материал может считаться рекламой, но в связи с незначительным расхождением голосов нарушения не являются очевидными для принятия полноценного решения о соответствии или несоответствии данной рекламы Федеральному закону от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

