

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 10-31.01.2024**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Санкт-Петербургу**

Запрос рассмотрен 3 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): 31.01.2024 — 29.02.2024

**Описание рекламного продукта**

Распространение на федеральных телеканалах рекламы телекоммуникационной компании "МегаФон" с участием А.Дзюбы (ссылка на ролик <https://www.youtube.com/watch?v=Ee7WDeskG2Q>)

**Суть запроса**

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу (далее — УФАС), где находится на рассмотрении, направленное из Управления Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по Северо-Западному федеральному округу, обращение физического лица по факту распространения вышеуказанной информации.

Суть жалобы: "По нескольким федеральным каналам ... демонстрируется реклама "МегаФон", с аморальным подтекстом, (с участием) гражданина ... Дзюбы, (который) оскандалился ранее на всю страну. В сети интернет тиражировалась видеозапись с онанизмом гражданина Дзюбы на камеру, (из-за этого он) приносил публичные извинения. А теперь компания Мегафон зарабатывает на этом деньги."

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений 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. Имеются ли нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

*Вопрос № 2. Имеются ли 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.

Аморальный контент в демонстрируемом на телевидении и представленном на рассмотрение экспертов ролике не выявлен. Следует учесть, что обстоятельства размещения в сети "Интернет" ролика, о котором пишет заявитель, и ролика, фигурирующего в спорной рекламе, принципиально различны.

Вопрос о поведении людей, представленных в рекламе, не относится к вопросам этичности самой рекламы.

Логической связи между проведением СВО и необходимостью запрета "подобной" рекламы не усматривается.

#### **Особое мнение**

Особых мнений не поступило.

#### **Решение**

1. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" не выявлены.
2. Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

