

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 100-23.08.2023**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Пермскому краю**

Запрос рассмотрен 5 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): 23.08.2023 — 29.08.2023

**Описание рекламного продукта**

Размещение на фасаде дома, по адресу: г.Пермь, ул. Хабаровская, д54а, информации следующего содержания: "Хмель и солод Живые напитки» График работы..."

**Суть запроса**

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Пермскому краю (далее — УФАС), где в результате мониторинга объектов наружной рекламы установлено размещение вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой информации на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений ст.21 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. Воспринимается ли, на Ваш взгляд, рассматриваемая информация как реклама пива?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

*Вопрос № 2. Имеются ли в данной рекламе признаки нарушения ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" ?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

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

Эксперты единогласно ответили НЕТ

*Вопрос № 4. Имеются ли в данных материалах 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.

В представленной для экспертизы информации нарушений нет, так как это вывеска магазина, а не реклама.

При оформлении витрин используются названия сортов пива, но не упоминаются конкретные товарные знаки. Объектом рекламирования может выступать тот товар, предназначенный для продажи или иного введения в гражданский оборот, который можно индивидуализировать, выделить среди однородной группы товаров. Указание на сорт пива не является способом индивидуализации товара, так как может существовать ряд товаров одного сорта. Таким образом, отсутствует объект рекламирования, а следовательно, и реклама.

### **Особое мнение**

Особых мнений не поступило.

### **Решение**

1. Нарушения положений ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" не выявлены.
2. Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП не выявлены.

