

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 115-05.10.2023**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Санкт-Петербургу**

Запрос рассмотрен 4 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): 05.10.2023 — 19.10.2023

**Описание рекламного продукта**

Размещение на поверхности остекления первого этажа жилого дома, расположенного по адресу: г.Санкт-Петербург, пр. Металлистов, д.110, баннеров магазина "Градусы" с изображением стрелки, на которой сидит кот, двух девушек с бокалами вина в руках и следующего текста: "ТУТ МНОГО ИНТЕРЕСНОГО".

**Суть запроса**

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

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе 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. Имеются ли в данной рекламе признаки нарушения ч.6 ст. 21 Федерального закона "О рекламе"?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

*Вопрос № 2. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

*Вопрос № 3. 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.

Эксперты в данном материале нарушений не обнаружили.

Спорный материал является оформлением витрины магазина по продаже алкоголя. Изображения на двух указанных витринах не содержат объекта рекламирования – названия магазина или марки алкогольного напитка, следовательно, не являются рекламой и на них не распространяется Закон "О рекламе".

При этом оформление витрины, безусловно, является видом маркетинговых коммуникаций, на него распространяются этические кодексы в этой сфере.

По поводу использования образов людей и животных данные документы не содержат никаких норм. Таким образом, до принятия каких-либо стандартов (национальных, отраслевых, международных) или установления господствующих в обществе представлений с помощью социологических опросов следует считать данный способ коммуникации этичным.

### **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.

