

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 117-13.10.2023**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Сахалинской области**

Запрос рассмотрен 7 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): 13.10.2023 — 24.10.2023

**Описание рекламного продукта**

Распространение в эфире радиостанции "АСТВ" рекламы алкогольной продукции пивоварни "11 маяков" с текстом следующего содержания: "Желанный свет для моряка – огонь родного маяка. Пивоварня "11 маяков" – передовые технологии, уникальная рецептура. Выберите свой любимый сорт и наслаждайтесь его вкусом в сочетании с изысканными закусками. Южно-Сахалинск, Ленина 76А. Пивоварня "11 маяков" – поток современного островного".

**Суть запроса**

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Сахалинской области (далее — УФАС), где рассматривается дело по факту распространения вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений п.3 ч.2 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. Содержится ли в данном материале реклама алкогольной продукции?*

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 3 эксперта ответили ДА (42,9%)

*Вопрос № 2. Имеются ли в данной рекламе признаки нарушения п.3 ч.2 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» ?*

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 3 эксперта ответили НЕТ (42,9%)

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

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (28,6%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Большинство экспертов признали объектом рекламирования пивоварню.

Спорная информация является рекламой, т.к. адресована неопределенному кругу лиц (распространяется на радиоканале), направлена на привлечение внимания к объекту рекламирования (пивоварне "11 маяков"), формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке (побуждает к приобретению товара у конкретного продавца).

Объектом рекламирования в спорном материале является продавец алкогольных напитков, на рекламу которого в силу ч. 4 ст. 2 распространяются требования ст. 21, в том числе запрет на размещение его рекламы в радиопрограммах (п. 3 ч. 2 ст. 21).

### **Особое мнение**

Один эксперт высказал особое мнение, что в начале аудиоролика присутствует звук наливаемой жидкости, а в конце характерный звук вздоха, который издает человек, насладившийся выпитым напитком. В сочетании с информацией о пиве, указанием на "глоток современного островного" указанный звукоряд создает однозначное впечатление потребления алкогольной продукции, что является нарушением п. 3 ч. 5 ст. 5.

### **Решение**

1. Выявлены нарушения п. 3 ч. 2 ст. 21 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" в соответствии с ч. 4 ст. 2 данного закона.
2. Рекомендовать УФАС направить рекламодателю экспертное решение, обратив внимание на особое мнение экспертов.

