

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 12-07.02.2024
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Приморскому краю

Запрос рассмотрен 6 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): 07.02.2024 — 13.02.2024.

Описание рекламного продукта

Распространение в эфире телеканала "НТВ" рекламного видеоролика препарата "Тонгкат" (ссылка: https://disk.yandex.ru/i/ek9mCn_AQOi-qw)

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Приморскому краю (далее — УФАС), где находится на рассмотрении обращение физического лица по факту размещения вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушений требований ст. 6 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. Причиняет ли данная реклама вред несовершеннолетним (ст.6 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "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 большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Представленная для экспертизы спорная реклама не направлена на несовершеннолетних, поэтому она не может причинять вреда.

Рекламный ролик содержит все необходимые указания (не является лекарственным средством, наличие противопоказаний). Более того, реклама призывает не покупать, не получив консультацию.

Особое мнение

Один эксперт выразил особое мнение, что ролик построен на эксплуатации привлекательности случайных половых связей: очевидно, что первая женщина в ролике не знакома с мужчиной, закадровый текст содержит утверждение "достаточно одного взгляда". Представляется, что случайные связи не являются социально одобряемым и объективно полезным образом поведения. Таким образом, спорная реклама нарушает требования ст. 4 Российского кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций.

Решение

1.Нарушения ст.6 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.

