

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 133-2020

Управления федеральной антимонопольной службы России по Хабаровскому краю

Запрос рассмотрен 12 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): 23.11.2020 — 29.11.2020.

Описание рекламного продукта

Плакат наружной рекламы с текстом следующего содержания: "Тендерное сопровождение ГОС.БЮДЖЕТ - ЛУЧШИЙ КЛИЕНТ!", а также с изображением мешка, полного бумажных денег, телефоном и контактными данными рекламодателя.

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю (далее - УФАС), где рассматривается обращение потребителя по вопросу распространения вышеуказанной рекламной информации.

УФАС просит дать оценку данной рекламы на предмет наличия в ней непристойных и (или) оскорбительных сравнений и выражений.

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. Содержатся ли в данной рекламе оскорбительные и/или непристойные образы, сравнения и/или выражения?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (8,3%).

Вопрос № 2. Имеются ли в данной рекламе нарушения требований Российской Федерации о рекламе?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 3 эксперта ответил ДА (25%).

Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе 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 3 эксперта ответил ДА (25%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

В рекламе отсутствуют неэтичные образы и выражения. Утверждение "госбюджет - лучший клиент" напротив повышает репутацию госзаказчиков как надежных и ответственных контрагентов.

Особое мнение

От отдельных экспертов поступили особые мнения о том, что слово «лучший» в данном случае относится не к услугам рекламодателя, а говорит о том, что рекламодатель поможет обеспечить «лучшего» клиента, а это утверждение абсолютно не обосновано (по каким признакам лучший? кто это установил?). Тем самым остальные компании, проводящие тендеры, определяются как «худшие» клиенты. Налицо признаки недобросовестной, недостоверной рекламы.

В рекламном сообщении, в котором отсутствует название компании и представлен полный мешок денег с падающими через край купюрами с предложением организации тендерного сопровождения, можно усмотреть непрозрачный намек на некие неформальные связи с гос.учреждением, проводящим тендерные закупки за счет госбюджета и возможность организации бизнеса с откатами.

Согласно п. 4 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» «Реклама не должна: 1) побуждать к совершению противоправных действий». Кроме того, данное рекламное сообщение может противоречить п.5 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» «В рекламе не допускаются: 2) указание на то, что объект рекламирования одобряется органами государственной власти или органами местного самоуправления либо их должностными лицами». Можно также дополнить, что статья 3. «Добросовестность» Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций говорит: «Маркетинговая коммуникация не должна злоупотреблять доверием потребителя и/или использовать недостаток у него опыта и знаний».

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 (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.
3. Рекомендовать УФАС направить рекламодателю экспертное решение, обратив внимание на особое мнение экспертов.

