

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 16-21.03.2022
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Курганской области

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): 21.03.2022 — 30.03.2022.

Описание рекламного продукта

Плакат наружной рекламы, расположенный по адресу: г. Курган, ул. Бажова, д.65, с текстом следующего содержания: «MORGENSTERN*БОГ ВЕРНЕТСЯ 22.02.2022*В МЕТА-ВСЕЛЕННОЙ*NEON EARTH», изображением мужчины с обнаженным торсом, крыльями и нимбом над головой, числом 666 на лбу, а также тетраграмматона - четырех букв.

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Курганской области, где находится на рассмотрении обращение потребителя по факту распространения вышеуказанной рекламной информации.

УФАС просит дать оценку спорной рекламы на предмет соответствия законодательству о рекламе в части содержания непристойных и оскорбительных образов (**ч. 6 ст. 5** 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 (2012 г.) 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 части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» ?

Эксперты большинством голосов ответили **Нет**, лишь 1 эксперт ответил **Да** (20%).

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

Эксперты единогласно ответили **Нет**.

Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты большинством голосов ответили **Нет**, лишь 1 эксперт ответил **Да** (20%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Согласно ст. 14 Конституции РФ Россия является светским государством. Это означает, что религиозные убеждения являются вопросом частной сферы. Соответственно, органы публичной власти не могут оценивать оскорбление чувств верующих по собственной инициативе в отсутствие заявлений частных лиц, считающих себя оскорбленными. Поскольку в данном деле соответствующих заявлений нет, то невозможно дать положительный ответ на поставленный вопрос.

Стоит отметить, что в данном макете не указывается о каком боге идет речь, чтобы обращаться к оценке мнения какой-либо конкретной конфессии. Если же под богом понимается образ, имеющий сходство с Бафометом, то тогда мы должны констатировать, что перед нами информация об оккультном вероисповедании, которое не запрещено в РФ. Соответственно, перед нами не реклама, а информация, имеющая признак миссионерской деятельности, которая в соответствии с положениями закона о свободе совести запрещена в публичном месте. То есть, такая информация не нарушает закона о рекламе, но нарушает закон о свободе совести.

Особое мнение

От одного эксперта поступило особое мнения о том, что не допустимо в рекламе, где объектом рекламирования является любой коммерческий продукт, как применительно к рассматриваемому случаю - игра, использовать образ Бога, что является оскорблением чувств верующих, о чем свидетельствуют публикации, размещенные в сети. Согласно положениям, содержащимися в рекламных кодексах, реклама должна разрабатываться с чувством ответственности перед обществом, что не соответствует данному рекламному предложению.

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.

