

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 17-07.03.2024**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Краснодарскому краю**

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): 07.03.2024 — 23.04.2024

**Описание рекламного продукта**

Размещение на входной двери интимного магазина "Лав Зона" графического изображения товаров, реализуемых в данном магазине

**Суть запроса**

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

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушения 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. Является ли рекламой, графическое изображение товаров магазина "Лав Зона", нанесенное виниловой пленкой на входную дверь магазина "Лав Зона"?*

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (14,3%)

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

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (14,3%)

*Вопрос № 3. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?*

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (14,3%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Правовая регламентация вывесок и табличек осуществляется на основании норм ГК РФ и ФЗ "О защите прав потребителей", что существенно для отличия рекламы от иной информации, размещенной на стороне входной группы в точку розничной торговли.

В предложенном к рассмотрению случае изображение элементов группы товаров (одна группа одного назначения) схематично, абстрактно, неконкретизировано. Подобные образы/символы товара нельзя считать рекламой, так как они выполняют функцию оформления, призванного информировать об ассортименте товара, а не рекламировать их. Фактические такие символы не позволяют идентифицировать конкретные товары, которые могли бы считаться объектом рекламы.

### Особое мнение

От одного эксперта поступило особое мнение, что изображение вполне соответствует определению рекламы в законе, при этом содержит образы (например, наручники), этически не совместимые, с темой, заявленной в названии магазина "Зона любви", и нарушающими требования п. 6) ч. 4 ст. 5 Федерального закона №38-ФЗ "О рекламе".

### Решение

1. Графическое изображение товаров магазина "Лав Зона", нанесенное виниловой пленкой на входную дверь магазина "Лав Зона", не является рекламой.
2. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" не выявлены.
3. Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

