

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 18-02.04.2024**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Нижегородской 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): 02.04.2024 — 09.04.2024

**Описание рекламного продукта**

Размещение на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г. Нижний Новгород, ул. Родионова, д.4, информации следующего содержания: «28 апреля 19:00 воскресенье. Milo Concert Hall. Lida бомж тур. ул.Родионова, д.4 VIP резерв, 213-86-86, www.miloconcerthall.ru, 16+ ВРМ, Batters Promo Music, vk.com/miloconcerthall» с образом молодого человека.

**Суть запроса**

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

По утверждению заявителя, реклама противоречит нормам морали.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений 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 (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? (ч.6 ст.5 ФЗ №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 нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Признаков нарушения законодательства, в том числе пропаганды ЛГБТ, эксперты не обнаружили.

Однако эксперты единогласно отметили непривлекательность данного образа в спорном материале.

### Особое мнение

Особых мнений не поступило.

### 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 (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

