

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 27-01.04.2022
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Санкт-Петербургу

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): 01.04.2022 — 14.04.2022.

Описание рекламного продукта

Наружная реклама, размещенная в г.Санкт-Петербурге, с информацией о сериале "Чикатило".

Суть запроса

В адрес СРО поступило четыре запроса по факту распространения вышеуказанной рекламной информации.

Потребитель считает «...ненормальным и общественно опасным действием популяризацию маньяка, выставление на общественное обозрение и отчасти прославление лиц, совершивших особо тяжкие преступления...».

Обращающиеся организации, включая Санкт-Петербургское УФАС, просят СРО рассмотреть данные обращения на предмет соответствия рекламных материалов требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО 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, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Имеются ли в данной рекламе нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили **Нет**.

Вопрос № 2. 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** (16,7%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Данная реклама не призывает к насилию, не идеализирует образ главного героя и содержание фильма на это не направлено, а наоборот способствует осуждению преступных деяний, ставших основой сюжета. Сюжет фильмов не является предметом регулирования рекламного закона.

Объектом рекламы выступает информационная продукция - сериал. Объект рекламирования (сериал) не относится к объектам, реклама которых не допускается (ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»). Данный сериал не запрещен к обороту в РФ, необходимая возрастная маркировка в рекламе присутствует

Особое мнение

От одного эксперта поступило особое мнение о том, что образ Чикатило в исполнении Нагиева, это не то, что сейчас необходимо и нам, и молодежи. Возвращение к этой истории, освещение ее, не соответствуют требованию момента и данные рекламные плакаты наносят непоправимый вред психике.

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 и рекламораспространителям экспертное решение, обратив внимание на достаточно широкую негативную потребительскую реакцию на данную рекламу.

