

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 28-13.03.2023
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Республике Коми

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): 13.03.2023 — 31.03.2023.

Описание рекламного продукта

Размещение на рекламной конструкции, расположенной по адресу: г.Сыктывкар, ул.Коммунистическая, со стороны ул.Интернациональной, информации следующего содержания: "Леночка, ты лучшая! Я тебя люблю! Прости меня!" и "Реклама и любовь всегда рядом, это рекламное место может быть вашим. Единый центр рекламы 46-96-08"

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее — УФАС), где находится на рассмотрении заявление по факту размещения вышеуказанной информации.

УФАС возбудило дело по признакам нарушения ч.2 ст.19 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе".

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

Ответ рекламодателя ООО "ЕЦР":

Рассматриваемая информация является рекламой так как содержит все предусмотренные статьей 3 Закона о рекламе признаки рекламы: информация размещена на рекламной конструкции, адресована неопределенному кругу лиц и направлена на привлечение внимания к средству индивидуализации юридического лица, в связи с чем, оспариваемая информация является имиджевой рекламой ООО "ЕЦР", которая согласно выписке из Единого государственного реестра юридических лиц осуществляет деятельность рекламных агентств (ОКВЭД №73.11) и предлагает место для размещения рекламы, что говорит о привлечении внимания и продвижении на рынке компании ООО "ЕЦР"

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 рассматриваемая информация, размещённая на рекламной конструкции, рекламой?

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

Вопрос № 2. В случае если рассматриваемая информация является рекламой, укажите, что выступает объектом рекламирования?

Рекламные услуги Единого центра рекламы

Вопрос № 3. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Вопрос № 4. Имеются ли в данных материалах нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

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

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Совокупный анализ текста приводит к выводу, что на данной конструкции размещается реклама. Текст рекламного сообщения демонстрирует один из вариантов использования рекламного места (то есть предоставляемой услуги). В спорном материале объектом рекламирования выступают услуги предоставления рекламного места "Единого центра рекламы".

Особое мнение

От одного эксперта поступило особое мнение, что спорный материал не является рекламой, так как содержит выполненное контрастным крупным шрифтом личное сообщение.

Информация об ООО "ЕЦР" передана менее контрастными и значительно уступающими по размеру шрифтами. Таким образом, внимание получателя сообщения

привлекается не к этой информации, а к обращению к Леночке. Очевидно, что лицо, инициировавшее размещение рассматриваемых сообщений, осознавало данный эффект и стремилось его достичь. Следовательно, ООО "ЕЦР" не является и не рассматривался инициатором размещения как объект рекламирования, то есть товар, услуга и т.д., к которым привлекается внимание.

В соответствии с п. 5.10 ГОСТ Р 52044-2003 "средство наружной рекламы должно иметь маркировку с указанием рекламодателя и номера его телефона. Маркировка должна быть размещена под информационным полем. Размер текста должен позволять его прочтение с ближайшей полосы движения транспортных средств".

Ниже рекламного щита, на опоре конструкции, необходимых сведений не содержится. Следовательно, информацию об ООО "ЕЦР" следует рассматривать как выполнение указанных требований, а место их приведения на щите как находящееся ниже информационного поля.

Таким образом, логотип "Единый центр рекламы", размещенная на одном уровне с ним надпись "Реклама и любовь всегда рядом... Это рекламное место может быть вашим", номер телефона не относятся к личному сообщению, размещенному выше, представляют отдельный, самостоятельный блок.

Решение

1. В соответствии с результатами голосования спорный материал 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 (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

