

**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 рекламораспространителя 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.

