

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 45-2021
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Свердловской области

Запрос рассмотрен 11 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): 30.04.2021 — 27.05.2021.

Описание рекламного продукта

Плакат наружной рекламы, расположенный по адресу: г. Екатеринбург, перекресток ул. Донбасской - ул. Лукиных, с изображением человека в капюшоне, QR-кодом и текстом следующего содержания: "Работа курьером в неделю от 100 тыс.". Ссылка, содержащиеся при переходе по QR-коду: <http://al-kapotnya.ru/>.

Суть запроса

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

УФАС просит высказать мнение относительно соответствия/не соответствия спорной рекламы требованиям 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. Способна ли спорная информация нанести вред нравственному и духовному развитию несовершеннолетних?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (18.2%).

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

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ. 3 эксперта ответили ДА (27.3%).

Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ. 3 эксперта ответили ДА (27.3%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Спорный материал может быть по-разному квалифицирован – как не подпадающий под действие Закона о рекламе по чисто формальным основаниям, как социальная реклама, как реклама. Однако ни в одном из этих случаев представленный контент не нарушает законодательство о рекламе или требования этических кодексов.

Реклама продукта (в данном случае - сериала) через поднятие социальной проблемы (подростковая преступность) допустимый прием.

Ряд экспертов обратили внимание на то, что неясно основание подачи жалобы. Так же неясно отношение к спорной ситуации приложенной к обращению статьи, в заголовке которой происходит сомнительная интерпретация сути рекламной информации на баннере.

Особое мнение

От отдельных экспертов поступили особые мнения о том, что в данное рекламное предложение работы-курьером не соответствует объекту рекламы - сериалу. То есть потребитель вводится в заблуждение, поскольку ему сообщают противоречивую, недостоверную информацию.

Таким образом, спорный материал содержит признаки недостоверной рекламы, запрет которой установлен **статьей 5** Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», а именно: **п. 2 ч. 3** (недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах,...).

Помимо этого, сериал имеет возрастное ограничение 16+, а на фотографии не видно, имеется ли указание возрастной категории. Согласно **ч. 10.1 статьи 5** размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с

требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года № 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию", без указания категории данной информационной продукции, не допускается.

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 экспертное решение, обратив внимание на особое мнение экспертов.

