

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 49-12.05.2023
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Санкт-Петербургу

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): 12.05.2023 — 23.05.2023.

Описание рекламного продукта

Баннер косметической сети "Рив Гош" размещенный за стеклом витрины внутри торгового центра "Норд", расположенного по адресу: г.Санкт-Петербург, проспект Просвещения, д.19, с изображением Кристины Орбакайте с букетом цветов в руках и следующим текстом: "РИВ ГОШ парфюмерия и косметика".

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу (далее — УФАС), где находится на рассмотрении направленное Комитетом по печати и взаимодействию со средствами массовой информации Санкт-Петербурга обращение физического лица по факту распространения вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО выразить свою позицию относительно того, содержит ли спорный баннер рекламную информацию, а также на предмет наличия/отсутствия признаков нарушения 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. Содержит ли данный материал рекламную информацию?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 1 эксперт ответил НЕТ (20%)

Вопрос № 2. Имеется ли в данном материале нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили НЕТ

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

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Большинство экспертов признали спорный материал рекламой.

Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе", Кодекс практики рекламы и маркетинговых коммуникаций, другие документы не связывают возможность использования лица в рекламе с его политическими убеждениями. Статья 19 Конституции Российской Федерации гарантирует равенство прав и свобод человека и гражданина независимо от убеждений. Поэтому нарушения в спорном материале не усматривается. Более того, К. Орбакайте пока не признана иностранным агентом или лицом, в отношении которого имеются сведения о причастности к экстремистской деятельности или терроризму, а её изображение пока не считается экстремистским материалом. Поэтому высказанное заявителем мнение о политических взглядах К. Орбакайте является только мнением заявителя и может быть основанием только для её (заявительницы) собственных действий.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. В соответствии с результатами голосования спорный материал носит рекламный характер.
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.

