

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 56-05.05.2025
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Сахалинской области

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): 05.05.2025 — 27.05.2025.

Описание рекламного продукта

Размещение плаката на рекламной конструкции с изображением сидящего за столом кабинета довольного мужчины в пиджаке с портфелем и на фоне дымки (как от сигарет) с текстом: «К М.Крамар Административный оргазм»

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Сахалинской области (далее — УФАС), где рассматривается обращение физического лица по факту распространения вышеуказанной рекламной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушений ч.10.1 ст.5 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 Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Имеются ли нарушения ч.10.1 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе», а именно: размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона от 29 декабря 2010 года N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 2 эксперта ответили НЕТ (33,3%)

Вопрос № 2. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

Вопрос № 3. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 2 эксперта ответили НЕТ (33,3%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

На основании проведенного анализа большинство экспертов пришли к заключению, что в спорной рекламе предметом рекламирования является книга, что не отмечено на рекламном продукте, но это не отменяет необходимость указывать в рекламе возрастные ограничения на эту книгу 18+, то есть присутствуют нарушения ч.10.1 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Объектом рекламирования в спорной рекламе выступает произведение М. Крамара «Административный оргазм». В соответствии с п.5 ст.2 Закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» печатная продукция, к которой относятся книги, является одним из видов информационной продукции. Следовательно, в соответствии с ч.10.1 ст.5 Закона «О рекламе» рассматриваемая реклама должна сопровождаться указанием категории информационной продукции.

Других нарушений, в том числе и негативного влияния на психику детей, не усматриваются.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1.Выявлены нарушения ч.10.1 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

2.Выявлены нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

