

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 58-06.08.2024**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Санкт-Петербургу**

Запрос рассмотрен 3 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): 06.08.2024 — 17.09.2024

**Описание рекламного продукта**

Распространение на наружной рекламной конструкции, размещенной в Санкт-Петербурге на перекрестке пр-кт Энгельса/пр-кт Просвещения рекламы сети магазинов «Розовый кролик» с логотипом и адресом магазина.

**Суть запроса**

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу (далее — УФАС), где находится на рассмотрении обращение физического лица по факту размещения вышеуказанной информации.

По мнению заявителя, недопустимо «...размещение рекламы товаров/услуг "для взрослых" в месте где бывают несовершеннолетние...».

**Отклик**

Рекламодатель отказался предоставить свою позицию.

**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 (2024г.) 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 требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе»?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

*Вопрос № 2. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Эксперты единогласно признали спорную рекламу этической.

Из представленной рекламы не видно чем именно торгует магазин «Розовый кролик». Таким образом, рассмотрение на этичность конкретного макета нет объективных оснований.

Законодательно места распространения рекламы продукции эротического и/или порнографического характера не ограничены. В связи с этим контролирующему государственному органу нет необходимости принимать какие-либо меры в связи с размещением данной рекламы.

### Особое мнение

Особых мнений не поступило.

### 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 (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

