

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 59-30.05.2023
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Республике Коми

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): 30.05.2023 — 19.05.2023

Описание рекламного продукта

Распространение информации кальянного магазина "Bazooka" на поверхности остекления первого этажа жилого дома, расположенного по адресу: г. Сыктывкар, Октябрьский проспект, д.51, с изображением девушки на мотоцикле с надписью "Bazooka", дыма, кальяна, углей, колбы, калауда.

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее — УФАС), где находится на рассмотрении материалы проверки вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений п. 8 ст. 7, п. 3 ч. 5 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 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 рассматриваемый материал рекламой?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 1 эксперт ответил НЕТ (20,0%)

Вопрос № 2. Содержит ли рассматриваемый материал рекламу табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержаще продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции (с обоснованием позиции)?

Половина экспертов отметили, что рассматриваемый материал не содержит рекламу табака, так как нет упоминаний конкретных марок табака, табачной продукции и т.д.

А другая половина убеждена, что в спорном материале присутствует реклама табака, табачной продукции, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, так как что-то похожее на сигарету находится в руках девушки и изо рта идет дым.

Вопрос № 3. В случае если рассматриваемый материал содержит рекламу табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, укажите, что выступает объектом рекламирования?

У одного эксперта объектом рекламирования выступают услуги кальянного магазина "Вазоока", у другого - табачная/никотиносодержащая продукция. Два эксперта высказали мнение, что рекламируется процесс курения.

Вопрос № 4. Содержит ли рассматриваемый материал демонстрацию процессов курения табака или потребления никотинсодержащей продукции (с обоснованием позиции)?

В руке у девушки предмет, похожий на сигарету, а изо рта идет дым. В совокупности это два изображения не оставляют сомнений в том, что изображен процесс курения.

Вопрос № 5. Имеется ли в данном материале иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили ДА

Вопрос № 6. Имеется 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 ДА

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Большинство экспертов признали спорный материал рекламой. Рекламировать курение запрещено.

Налицо нарушение п. 3 ч. 5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе". Нарушен п. 8 ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе", поскольку в силу ч. 4 ст 2 Закона "О рекламе" он распространяется на рекламу кальянных магазинов.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. В соответствии с результатами голосования спорный материал носит рекламный характер.
2. Выявлены нарушения п. 3 ч. 5 ст. 5 и п. 8 ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".
3. Выявлены нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

