

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 60-30.05.2023
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Республике Коми

Запрос рассмотрен 7 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 подмигивающей девушки в топе 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 НЕТ, лишь 3 эксперта ответили ДА (42,9%)

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

Большинство экспертов отметили, что рассматриваемый материал не содержит рекламу табака, табачной продукции, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции.

Один эксперт пояснил, что в материале не указаны конкретные марки табака, табачной продукции и т.д.

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?

По мнению большинства экспертов, нет объекта рекламирования. У одного эксперта объектом рекламирования выступает кальянный магазин "Vazooka", название которого указано на майке девушки, у другого - табачная продукция, курительные принадлежности

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

Большинство экспертов высказали мнение, что демонстрации процессов курения табака и потребления никотинсодержащей продукции в спорном материале нет.

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

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (28,6%)

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 большинством голосов ответили НЕТ, лишь 2 эксперта ответили ДА (28,6%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Большинство экспертов не признали спорный материал рекламой. Признаков нарушений законодательства о рекламе не обнаружено

Особое мнение

Два эксперта высказали особое мнение, что визуальный образ позволяет составить суждение.

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.

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.

