

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 65-2021

Управления федеральной антимонопольной службы России по Московской области

Запрос рассмотрен 14 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): «09»07.2021 — «21»07.2021.

Описание рекламного продукта

На рекламном щите, расположенном по адресу: Московская область, г.Егорьевск, ул.Антипова, д.7, размещено изображение святого и текста следующего содержания: "Жизнь нам дана один раз и прожить её нужно так, чтобы не было мучительно больно за бесцельно прожитые годы... ПОКАЙТЕСЬ И ВЕРУЙТЕ В ЕВАНГЕЛИЕ (Мк 1:15)"

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Московской области (далее — УФАС), где находится на рассмотрении обращение администрации городского округа Егорьевск Московской области, по факту размещения на рекламном щите, расположенного по адресу: Московская область, г.Егорьевск, ул.Антипова, д.7, изображения святого и текста следующего содержания: "Жизнь нам дана один раз и прожить её нужно так, чтобы не было мучительно больно за бесцельно прожитые годы... ПОКАЙТЕСЬ И ВЕРУЙТЕ В ЕВАНГЕЛИЕ (Мк 1:15)"

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 данный макет рекламой в соответствии с п. 1 и 2 ст. 3 Федерального закона «О рекламе»?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ (85,7%), лишь 2 эксперта ответили ДА (14,3 %).

Вопрос № 2. Имеет ли данная рекламная информация признаки нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» ?

Эксперты большинством голосов (78,6%) ответили НЕТ, лишь 3 эксперта ответили ДА (21,4 %).

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

Эксперты большинством голосов (71,4%) ответили НЕТ, 4 экспертов ответили ДА (28,9 %).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Данный плакат не является рекламой:

В данном случае это не реклама, а пропаганда, поскольку не указано ни товара, ни услуги, а отсутствие объекта рекламирования, как то товара, работы, услуги, свидетельствует об отсутствии нарушения части 6 ст.5 Закона.

Плакат не содержит какого-либо объекта рекламирования, не подлежит рассмотрению с точки зрения возможного нарушения ФЗ о рекламе. При этом пропаганда и агитация - это сферы регулирования иного законодательства, в т.ч. Конституции, о свободе совести и религиозных объединениях, об информации, о защите детей от информации и тд.

Особое мнение

независимого эксперта в компетенции использования в рекламе религиозной тематики:

“Данный объект можно отнести к социальной рекламе, призывающей общество к осознанному образу жизни, обращающий внимание на традиционные ценности, на которые опирается и должна опираться культура и мировоззрение страны, именуемой Россия. Православная вера является основной духовной силой, сформировавшей нашу страну как государство. Князь Александр Невский, чье 800-летие отмечается указом Президента РФ по всей стране в этом году, стал защитником Отечества именно защищая прежде всего православную веру, душу своего народа от духовной экспансии Запада, призывал к битве словами «Не в силе Бог - а в правде!» Поэтому упоминание цитаты из Евангелия о покаянии - это для образованных граждан понятная отсылка к Библии (частью которой являются книги Нового Завета - евангелия от Марка частности). Библия

является самой издаваемой книгой в мире переведенной на сотни языков. Книга не запрещена нашим законодательством. В Конституцию нашей страны были недавно внесены поправки, включающие понятия Бога, понимание семьи как основополагающей ячейки общества и являющейся союзом мужчины и женщины. Поэтому данный объект считаю хорошей социальной рекламой, не нарушающей наше законодательство, а способствующей к осознанному отношению общества к своей жизни”

Особые мнения

Размещение на рекламной конструкции информации, содержащей призывы к покаянию и веры Евангелие, подпадает под понятие миссионерской деятельности, требования к которой установлены главой III.I Федерального закона от 26.09.1997 N 125-ФЗ "О свободе совести и о религиозных объединениях". Согласно положениям данного закона, не предусмотрена возможность проведения миссионерской деятельности с помощью средств наружной рекламы, аналогичной положение содержится в ч. 1 ст. 19 Закона о рекламе, который допускает использование наружной рекламы только для размещения рекламы, социальной рекламы. Соответственно, размещение данной информации противоречит законодательству, которое в т.ч. призвано обеспечить этический баланс гармоничного сосуществование мирского и религиозного в светском государстве, коим является Российская Федерация. В основе этого баланса лежит представление о том, что миссионерская деятельность может проводится только в специально установленных местах, в целях избежание религиозных конфликтов. Ее же осуществление вне специальных мест может вызвать негативную реакцию у лиц иных религиозных или атеистических убеждений. Более того, религия не должна смешиваться с коммерцией, поэтому использование рекламной конструкции для донесения религиозной доктрин дискредитирует религиозные доктрины. Соответственно, нельзя признать этичным использование рекламной конструкции для проведения миссионерской деятельности, т.к. при этом нарушаются границы светского и религиозного.

Данная реклама — некорректное привлечение внимания к Евангелию от Марка 1 стих 15 фразой, взятой из книги Н.А.Островского «Как закалялась сталь»

Решение

1. Нарушения положений части 6 статьи 5 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.
3. В связи с не признанием экспертами данного макета, размещённого на рекламной конструкции, рекламой, признать нарушение п. 2 ст. 19 ФЗ "О рекламе" и

предложить Московскому областному УФАС обратиться в органы местного самоуправления, на территории которого находится данная рекламная конструкция, с рекомендацией рассмотреть вопрос о принятии мер, в соответствии с п. 4 части 18 статьи 19 ФЗ "О рекламе", в случае, если данная реклама не признана органами местного самоуправления социальной в соответствии с установленными правилами.»

