

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 70-07.08.2025
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Санкт-Петербургу

Запрос рассмотрен 9 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): 07.08.2025 – 02.09.2025.

Описание рекламного продукта

Распространение рекламы фуд-холла «Balagan», размещенной по адресу: г.Санкт-Петербург, на углу д.16 по Чкаловскому проспекту, с изображением Шапки Мономаха на бургере и текстом следующего содержания: «ТОТ САМЫЙ ВАИБ BALAGAN Малый пр. ПС, 54-56»

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.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушений 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 (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 большинством голосов ответили НЕТ, лишь 3 эксперта ответили ДА (33,3%)

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 большинством голосов ответили НЕТ, лишь 4 эксперта ответили ДА (44,4%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Большинство экспертов не видят в спорной рекламе нарушений требований Федерального закона «О рекламе».

Представленное изображение может быть истолковано различными способами. Вероятно, создатели рекламы имели в виду атмосферу царской трапезы в современном городе. В таком случае не усматривается в этом послые ничего незаконного и аморального. Однако толкование, принимаемое большинством получателей информации, вряд ли может быть установлено. Следовательно, невозможно и делать однозначные выводы об оскорбительности использованного образа для граждан Российской Федерации как единой общности. Вопрос об оскорбительности данного образа для отдельной группы населения (например, монархистов) нуждается в дополнительном социологическом исследовании, что выходит за рамки экспертной оценки.

Представленное изображение не является изображением Шапки Мономаха. Конкретный объект, воспроизведённый в рекламе, установить не удалось. Вероятно, это собирательный образ, отсылающий к символам царского достоинства. Таким образом, применение к спорной рекламе законодательства о музейном фонде, об объектах культурного наследия и т.п. невозможно.

Особое мнение

Несколько экспертов имеют особое мнение.

Данная реклама подпадает под нарушение требований ч.6 ст.5 ФЗ «О рекламе» в части создания оскорбительного образа в отношении Шапки Мономаха - исторической регалии, которая «венчает» бутерброд.

Согласно ч.6 ст.5 Закона «О рекламе» «в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении ... объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия».

При этом следует отметить, что установленный Законом запрет не носит исключительный характер в отношении перечисленных «категорий», что позволяет его использовать и в иных случаях.

В соответствии с Приказом Министерства культуры РФ от 28 ноября 2018г. №2059 <https://rulaws.ru/acts/Prikaz-Minkultury-Rossii-ot-28.11.2018-N-2059/> Оружейная палата является объектом культурного наследия федерального значения. Шапка Мономаха, не являясь частью архитектурного ансамбля, описанного в данном приказе, тем не менее является неотъемлемой частью экспозиции Оружейной палаты, её самым древним и известным экспонатом, что возможно не в юридическом, но в понятийном смысле позволяет её считать частью объекта культурного наследия.

Также указанная реклама не соответствует общепринятым принципам морали и нравственности, определенных статьей 4 Российского кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций

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.

3.Рекомендовать УФАС направить рекламодателю экспертное решение, обратив внимание на особое мнение экспертов.

