

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 70-14.07.2021

Управления федеральной антимонопольной службы России по Пермскому краю

Запрос рассмотрен 10 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): 14.07.2021 — 06.08.2021.

Описание рекламного продукта

На пилларе и сити-формате по адресу: г. Пермь, пересечение улиц Революции и 25 Октября, распространялась информация следующего содержания: "ПризываНет* ПОМОЩЬ В ОСВОБОЖДЕНИИ ОТ АРМИИ НА ЗАКОННЫХ ОСНОВАНИЯХ СКИДКА 5000р промокод Perm34 ПРИШЛА ПОВЕСТКА? ЗВОНИ! Первичная консультация бесплатна 8 (342) 225-07-67. Максима Горького, 34, оф.306 priziva_net priziva.net"

По нижнему краю плаката мелким шрифтом нанесена информация: *"ПризываНет" - зарегистрированный товарный знак. Св-во №701154 от 28.02.2019 ООО "МЕДИЦИНСКО-ПРАВОВАЯ КОМПАНИЯ" ОГРН 1105543037082 ИНН 5505209691 Юридический адрес: 644024, г. Омск, ул.Щербанева, 25, оф.204.

*В отношении перечня лиц, указанного в ст.23 ФЗ 53-ФЗ "О воинской обязанности и военной службы", призыв на срочную службу не осуществляется.

1.Помощь оказывается путем предоставления юридических услуг

2.Условия акции можно узнать у сотрудников компании "ПризываНет" . Компания оставляет за собой право изменять условия акции."

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Пермскому краю (далее — УФАС), где находится на рассмотрении обращение потребителя по факту распространения вышеуказанной рекламной информации.

УФАС просит высказать мнение по вопросу: способна ли спорная реклама побуждать потребителя к совершению противоправных действий (уклонение от обязанностей военной службы)?

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. Побуждает ли данная реклама к совершению противоправных действий (уклонению от обязанностей военной службы)?

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

Вопрос № 2. Имеются ли в данной рекламе иные нарушения требований Российской Федерации о рекламе?

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

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 единогласно ответили НЕТ.

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Из содержания спорной рекламы следует, что основным видом ООО «Медицинско – правовая компания» является деятельность в области права, а именно оказание юридических, консультационных и представительских услуг гражданам призывного возраста, имеющих отклонения в состоянии здоровья, ограничивающих их годность к прохождению военной службы, в том числе имеющих болезни, наличие которых дает право в установленном законом порядке освободиться от призыва на военную службу на основании подпункта «а» пункта 1 статьи 23 Федерального закона от 28.03.1998 № 53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе». Т.е. в рекламе содержится информация о предоставлении юридических услуг, связанных с реализацией прав гражданина РФ. Аналогичным образом защита любых других прав и консультации по этому поводу не являются противоправным действием.

Тем самым, эксперты констатировали, что в данной спорной рекламе признаков нарушения ФЗ «О рекламе» не усматривают.

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 (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

