

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 71-07.08.2025
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Санкт-Петербургу

Запрос рассмотрен 6 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 – 30.08.2025.

Описание рекламного продукта

Размещение с использованием светодиодов на поверхности остекления магазина по продаже табака и вейпа, находящегося по адресу: г.Санкт-Петербург, Литейный проспект, д.64/78, образа мужчины с усами и в очках, электронных сигарет и текста: «PABLO VAPE».

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 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

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 1 эксперт ответил ДА (16,7%)

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

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

Квалификация спорного материала как рекламы спорна. Оформление витрины необязательно преследует цель продвижения на рынке. Так, и в соседних окнах размещены яркие неоновые изображения, основное предназначение которых – создание приподнятого эмоционального состояния.

Даже если признать спорный материал рекламой, либо иным видом маркетинговых коммуникаций, однозначного указания на Пабло Эскобара он не содержит. Имеющийся намёк на известного преступника не выходит за рамки допустимой свободы выражения, то есть каждый из получателей информации может сам решать, насколько для него такой образ приемлем.

Особое мнение

Один эксперт высказал особое мнение, что в представленном изображении угадывается известный лидер колумбийского наркокартеля.

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.

