

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА №86-14.09.2021
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Псковской области

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): 14.09.2021 — 22.09.2021.

Описание рекламного продукта

В сети интернет на сайте <https://priziva.net/> реклама о предложении консультации о получения законной отсрочки или освобождения от армии в полном соответствии с Федеральным Законом №53-ФЗ.

Суть запроса

Управление федеральной антимонопольной службы по Псковской области (далее — УФАС) обратилось в СРО с просьбой в возможно короткий срок провести экспертизу и дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет соответствия требованиям законодательства Российской Федерации 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 Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос №1. Побуждают ли спорные материалы на сайте к совершению противоправных действий, а именно, к уклонению от обязанностей военной службы? (п. 1 ч. 4 ст. 5 №38-ФЗ "О рекламе")

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

Вопрос №2. Содержится ли на сайте реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации? (п. 1 ст. 7 №38-ФЗ "О рекламе")

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

Вопрос №3. Имеются ли в данной рекламе иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

Вопрос №4. Имеются ли в данной рекламе нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты единогласно ответили НЕТ.

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Правовая регламентация вопросов, связанных с призывом в РФ содержит основания, исключающие призыв, а именно, право в установленном законом порядке освободиться от призыва на военную службу возможно на основании подпункта «а» пункта 1 статьи 23 Федерального закона от 28.03.1998 № 53-ФЗ «О воинской обязанности и военной службе». Юридическая консультация по подобным вопросам не выходит за рамки действующего законодательства. Информация о противоправных деяниях под видом юридической помощи из предложенного к рассмотрению контента не усматривается. Для признания этой деятельности противозаконной необходимо доказать факты мошенничества. Сведений об этом экспертам не предоставлено. Возможно, реакция заявителя вызвана наименованием "ПризываНет.ру", которое, в совокупности с визуальными образами экспертируемого контента, создает некоторое ощущение негативного отношения к идее призыва, службы в армии, но это не побуждение к совершению правонарушения.

Таким образом, эксперты констатировали, что в данной рекламе не усматривают нарушений положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Особое мнение

От нескольких экспертов поступило особое мнение о том, что материалы данного сайта не являются рекламой и представляют собой информационную продукцию, которая не может быть квалифицирована как реклама.

В соответствии с толкованием Закона о рекламе ФАС «в отдельных случаях, когда размещаемая на сайте информация направлена не столько на информирование потребителя об ассортименте товаров или деятельности компании, сколько на привлечение внимания к конкретному товару и его выделение среди однородных товаров..., такая информация может быть признана рекламой» (<Письмо> ФАС России от 28.08.2015 N АК/45828/15 «О рекламе в сети "Интернет»»). В иных случаях информация о компании, её услугах или товарах, содержащаяся на сайте компании,

рекламой не является. Спорный материал соответствует критерию «направлен не столько на информирование потребителя об ассортименте товаров или деятельности компании, сколько на привлечение внимания к конкретному товару»: об этом свидетельствует раздел сайта «По ком звонит колокол», содержащий сравнительную характеристику пребывания и непребывания на военной службе. Однако для квалификации материала как рекламы необходим второй признак – направленность на выделение среди однородных товаров. Никакие материалы анализируемого сайта этого признака не содержат.

Таким образом, спорный материал не является рекламой и не может нарушать ни Закон о рекламе, ни кодексы 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 (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

