

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 96-07.11.2024**  
**Управления федеральной антимонопольной службы России**  
**по Сахалинской области**

Запрос рассмотрен 7 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): 07.11.2024 — 14.11.2024

**Описание рекламного продукта**

Распространение рекламы ООО "ЭС Девелопмент" на телеканале "Россия 1 Сахалин" с текстом: "ЭС Девелопмент Застройщик с репутацией ТЕЩА ХОЧЕТ ЖИТЬ ОТДЕЛЬНО", с образом пожилой женщины и контактными данными.

**Суть запроса**

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Сахалинской области (далее — УФАС), где рассматривается обращение физического лица по факту размещения вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений части 6 статьи 5 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. Содержит ли реклама признаки нарушения ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе, а именно: используются ли в рекламе оскорбительные и/или непристойные образы, сравнения и/или выражения?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

*Вопрос № 2. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

*Вопрос № 3. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Эксперты единогласно признали, что спорная реклама не нарушает этические нормы, поэтому нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" отсутствуют.

В спорном макете нет оскорбительных образов и бранных слов. Реклама построена на иронии, выраженной в визуальном образе. Женский образ выглядит комично, абсурдно, но не оскорбительно.

#### Особое мнение

Особых мнений не поступило.

#### 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 (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

