

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 98-22.09.2022
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Республике Коми

Запрос рассмотрен 4 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): 22.09.2022 — 27.09.2022.

Описание рекламного продукта

Распространение информации о продукции магазина "\$mokcity" на рекламной конструкции, размещенной на фасаде дома, текстом следующего содержания: "\$mokcity ПОДСИСТЕМЫ ЖИДКОСТИ HQD" с изображениями дыма, девушки и QR-кода

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы по Республике Коми (далее — УФАС), где находятся на рассмотрении материалы проверки по факту размещения вышеуказанной информации.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушения п.8 ст.7 и п. 3 ч. 5 ст. 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 (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Является ли данная информация рекламой?

Эксперты единогласно ответили ДА.

Вопрос № 2. Содержит ли рассматриваемый материал рекламу табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции (с обоснованием позиции)?

Эксперты большинством голосов ответили, что объектом рекламирования выступает продавец табачных изделий и устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов, лишь 1 эксперт отметил, что данная информация является рекламой табака, курительных принадлежностей, устройства для потребления никотинсодержащей продукции

Вопрос № 3. Если данный материал является рекламой табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, укажите, что выступает объектом рекламирования?

Эксперт, признавший информацию рекламой табака, табачной продукции, табачных изделий, никотинсодержащей продукции, курительных принадлежностей, в том числе трубок, сигаретной бумаги, зажигалок, а также устройств для потребления никотинсодержащей продукции, ответил, что объектом рекламирования выступает устройство для потребления никотинсодержащей продукции, возможно есть и другие объекты - необходимо проверить куда ведет QR-код .

Вопрос № 4. Содержит ли рассматриваемый материал демонстрацию процессов курения табака или потребления никотинсодержащей продукции (с обоснованием позиции)?

Эксперты единогласно ответили, что в рассматриваемом материале присутствует демонстрация процессов курения: женщина держит в руке электронную сигарету и выпускает изо рта дым, что в совокупности однозначно указывает на процесс курения.

Вопрос № 5. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты большинством голосов ответили ДА, лишь 1 эксперт ответил НЕТ (25%).

Вопрос № 6. 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 ДА.

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Эксперты обосновали свои позиции при ответе на вопросы № 2-4.

Так же эксперты отметили в спорном материале имеются признаки нарушения п.3 ч.5 ст.5, п. 8 ст. 7 и ч. 4 ст. 2 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" и Федерального закона от 31.07.2020 N 303-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу охраны здоровья граждан от последствий потребления никотинсодержащей продукции".

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. Нарушения положений п.8 ст.7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" в части рекламы табачных изделий не выявлены.
2. Выявлены нарушения п.3 ч.5 ст.5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".
3. Выявлены нарушения п. 8 ст. 7 и ч. 4. ст. 2 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" в части рекламы продавца табачных изделий и устройств для потребления никотинсодержащей продукции, кальянов.
4. Выявлены нарушения Федерального закона от 31.07.2020 N 303-ФЗ "О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросу охраны здоровья граждан от последствий потребления никотинсодержащей продукции".
5. Выявлены нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП.

