

## **РАССМОТРЕНИЕ ПРЯМОЙ ЖАЛОБЫ ПОТРЕБИТЕЛЯ № 116-15.11.2022**

Жалоба рассмотрена 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): 15.11.2022-06.12.2022

### **Описание рекламного продукта**

Размещение на поверхности остекления торгового центра, по адресу: г.Санкт-Петербург, ул. Бухарестская, д.74, с помощью самоклеящейся пленки информации следующего содержания: "15-ФЗ запрещает нам рекламировать: табак, кальян, вейпы и многое другое"

### **Суть запроса**

В адрес СРО поступила прямая жалоба потребителя относительно размещения вышеуказанной информации.

Заявитель считает, что "... это реклама запрещенных товаров".

### **Отклик**

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

### **Оценка экспертов**

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО 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 потребителя, эксперты высказались следующим образом:

*Вопрос № 1. Является ли рекламой данная информация?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

*Вопрос № 2. Имеются ли нарушения требований п. 8 ст. 7 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе" ?*

Эксперты единогласно ответили НЕТ

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

Эксперты единогласно ответили НЕТ

Нет призыва покупать, нет указания, где это можно купить, отсутствует объект рекламирования и т.д., следовательно, спорная информация рекламой не является.

Не существует ни юридических, ни этических правил, которые осуждают упоминание о запрете рекламы табачных и никотиносодержащих изделий, но с учетом присутствия данной информации на стекле табачного магазина квалификация может быть на грани нарушения.

### **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.
3. Проинформировать заявителя о принятом решении.

