

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Республике Коми

Запрос рассмотрен 11 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):20.03.2020- 02.04.2020.

Описание рекламного продукта

1. Рекламный плакат, размещенный на внешней стене у входа в магазин «ПИВ'КО» по адресу: г. Ухта, ул. 30 лет Октября, д. 21, «РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ DRINK STORE ФИКСИРОВАННАЯ ЦЕНА 99Р* за 1 литр ПЕННОГО уже с тарой. Есть 18? Подтверди! Продажа табака и алкоголя несовершеннолетним запрещена».

2. Рекламный плакат на выносном штендере, расположенном рядом со входом в данный магазин, следующего содержания: «РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ DRINK STORE ФИКСИРОВАННАЯ ЦЕНА 99Р* за 1 литр ПЕННОГО уже с тарой».

Суть запроса

В адрес СРО поступило обращение из УФАС России по Республике Коми (далее - УФАС), где на рассмотрении находится обращение гражданина о нарушении законодательства о рекламе в связи с размещением данной рекламы.

УФАС рассматривает указанные рекламные плакаты на предмет возможного нарушения требований ч. 3 ст. 21 и п. 1 ч. 5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».

Для вынесения объективного решения по данному вопросу УФАС обратилось в СРО с запросом о соответствии данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Содержит ли рассматриваемый макет № 1 «РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ DRINK STORE ФИКСИРОВАННАЯ ЦЕНА 99Р за 1 литр ПЕННОГО уже с тарой. Есть 18? Подтверди! Продажа табака и алкоголя несовершеннолетним запрещена» рекламу алкогольной продукции?*

Эксперты большинством голосов (72,7%) ответили “НЕТ”, 27,3% экспертов ответили “ДА”.

Большинство экспертов считает, что это реклама заведения, а не продукта, т.к. нет прямого указания на алкоголь. В макете нет ни иллюстраций, ни слов, однозначно описывающих алкоголь.

Вопрос № 2. В случае, если по Вашему мнению рассматриваемый материал №1 содержит рекламу алкогольной продукции, укажите, что выступает объектом рекламирования.

Эксперты предположили, что объектом рекламирования могут быть алкогольные напитки в розлив, а также пиво, продаваемое в магазине DRINK STORE по цене 99 р. за литр.

Один эксперт высказал мнение, что устойчивое словосочетание "Пиво пенное" и название торговой точки “Пив'ко” однозначно формируют у потребителя ассоциацию с алкогольным напитком пиво.

Вопрос № 3. Имеются ли в рассматриваемом макете № 1 нарушения требований Российской Федерации о рекламе?

Эксперты большинством голосов (72,7%) ответили “НЕТ”, 27,3% экспертов ответили “ДА”.

Вопрос № 4. Содержит ли рассматриваемый макет № 2 на штендере «РАЗЛИВНЫЕ НАПИТКИ DRINK STORE ФИКСИРОВАННАЯ ЦЕНА 99Р за 1 литр ПЕННОГО уже с тарой» рекламу алкогольной продукции?*

Эксперты большинством голосов (72,7%) ответили “НЕТ”, 27,3% экспертов ответили “ДА”.

Нет указания на алкогольную продукцию.

Вопрос № 5. В случае, если по Вашему мнению рассматриваемый макет №2 содержит рекламу алкогольной продукции, укажите, что выступает объектом рекламирования.

Эксперты предположили, что объектом рекламирования могут быть алкогольные напитки в розлив, а также пиво, продаваемое в магазине DRINK STORE по цене 99 р. за литр.

Вопрос № 6. Имеются ли в рассматриваемом макете № 2 нарушения требований Российской Федерации о рекламе?

Эксперты большинством голосов (81,8%) ответили “НЕТ”, 18,2% экспертов ответили “ДА”.

Вопрос № 7. В связи с использованием в рассматриваемых конструкциях фразы «DRINK STORE», имеет ли место неправомерное использование иностранных слов и (или) выражений, которые могут привести к искажению смысла информации?

Эксперты большинством голосов (81,8%) ответили “НЕТ”, 18,2% экспертов ответили “ДА”.

Общие выводы экспертов.

Формально нарушений законодательства нет, все требования соблюдены, а все сомнения должны трактоваться в пользу рекламодателя.

Нарушений п. 1 ч. 5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» нет, т.к. словосочетание “DRINK STORE” смысл информации не искажает: для знающих английский язык оно передает смысл совершенно ясно; для тех, кто не знает - не передает вообще.

Особое мнение

От двух экспертов поступили мнения, что возможно есть нарушения ч. 3 ст.21 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», однако для окончательного решения необходимо соотнести рекламные сообщения с реальным ассортиментом магазина.

Решение

1. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» не выявлены.

