«Папа может» ...?

11 августа 2014, 13:56

Ненадлежащим признала Комиссия ФАС России рекламный ролик продукции ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий завод» с выражением «Папа может», поскольку в ролике ребенок показан в опасной ситуации, представляющей угрозу его жизни и здоровью. Также в рекламе демонстрируется движение транспортного средства с нарушением Правил дорожного движения.
Такая реклама противоречит требованиям части 11 статьи 5, части 6 статьи 6 Федерального закона «О рекламе».

Сюжет ролика таков: сын во время завтрака просит отца взять его с собой на работу на мясоперерабатывающий комбинат, отец соглашается. Далее отец показан за рулем грузовика с логотипом продукции ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий завод». За время поездки на грузовике отец совершает опасные маневры на дороге, неоднократно нарушая правила дорожного движения: перевозит несовершеннолетнего на переднем сидении без использования детского удерживающего устройства, двигается без включения фар ближнего света, при интенсивном движении опасно обгоняет других участников движения, неоднократно меняя полосу движения.
Вместе с тем анализ рекламного ролика показал, что опасность заключается в манере вождения транспортного средства папой этого несовершеннолетнего: присутствуют элементы экстремальной параллельной парковки, управление грузовым автомобилем с использованием приемов гонщиков-раллистов. Подобные приемы экстремального вождения не приемлемы на дорогах общего пользования при эксплуатации грузового автомобиля, особенно учитывая, что по сюжету несовершеннолетний находится в кабине грузовика.

ФАС обратилась с запросом в МВД РФ с просьбой дать оценку: не нарушает ли персонаж - «папа» - правила дорожного движения? Ответ пришёл положительный – нарушает. Такая «справка» и позволила квалифицировать рекламу продукции ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий завод», как ненадлежащую.

В соответствии с частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель — в этом случае ОАО «Останкинский мясоперерабатывающий завод» - несет ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 6, часть 11 статья 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно письму Госавтоинспекции МВД России (исх. №13/8-5395 от 05.09.2013) специалисты Госавтоинспекции МВД России исследовали указанный рекламный видеоролик и пришли к заключению, что в рекламе имеются признаки нарушения Правил дорожного движения Российской Федерации, а именно пункта 9.4 (при интенсивном движении, когда все полосы движения заняты, менять полосу разрешается только для поворота налево или направо, разворота, остановки или объезда препятствия), 19.5 (в светлое время суток на всех движущихся транспортных средствах с целью их обозначения должны включаться фары ближнего света или дневные ходовые огни).
В соответствии с частью 11 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38- ФЗ «О

рекламе» при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства.
В соответствии с частью 6 статьи 6 Федерального закона от 13.03.2006 № 38- ФЗ «О рекламе» (далее Федеральный закон «О рекламе») в целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе не допускаются показ несовершеннолетних в опасных ситуациях, включая ситуации, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью.