

ПРОТОКОЛ
рассмотрения запроса
комитетом по рассмотрению жалоб потребителей и обращений
государственных органов и общественных объединений
Общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка) в период с 24.04.2019 по 07.05.2019.

Ведение и подписание протокола поручено руководителю секретариата СРО АМИ «Рекламный Совет».

Жалоба

Уполномоченному по правам ребенка в Санкт-Петербурге поступило обращение от заявителя, в котором указывается на недопустимость трансляции подобной рекламы шоколада «Золотая марка». По мнению автора обращения, ребенок взял без разрешения скрипку, вышел на улицу, в общественном месте, играя на скрипке, подвергал себя опасности, а взрослые вместо того, чтобы пресечь противоправную деятельность ребенка, поощряли его, по сути, попрошайничество.

Заявитель считает, что подобные истории создают у несовершеннолетних искаженное представление о доступности товара для семьи с любым уровнем достатка.

Соответственно, уполномоченный по правам ребенка в Санкт-Петербурге обратился в СРО АМИ «Рекламный Совет» с просьбой провести независимую экспертизу рекламы шоколада «Золотая марка» на предмет ее соответствия требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

Ранее данную жалобу рассматривал ФАС России, не найдя в ней нарушений.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка

Обращение было направлено для рассмотрения членам комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов и общественных объединений Общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга, а также председателю правового комитета СРО АМИ «Рекламный Совет».

Экспертами не усмотрено в ролике признаков нарушения законодательства, регулирующего содержание рекламы.

Заявители посчитали неэтичными воображаемые детали сюжета ("взял без разрешения", "подвергал себя опасности" и т.д.), которые не очевидны и вряд ли закладывались авторами в рекламное сообщение.

Деятельность ребенка по исполнению музыкального произведения в публичном месте нельзя назвать попрошайничеством. Это реализация своего умения, а игра на скрипке - не самый простой навык и является достойной формой заработка. Ребенок не просит деньги, он их зарабатывает, что является социально-позитивной формой самореализации.

В ролике не выявлено каких-либо образов и выражений, указывающих на возможность приобретения товара семьей с любым достатком.

Также в данной рекламе не усматривается наличие каких-либо ситуаций, создающих угрозу безопасности жизни несовершеннолетнего мальчика.

Решение

Нарушений законодательства не установлено.

Следует рекомендовать рекламодателю при создании рекламы особенно внимательно относиться к использованию образов несовершеннолетних, особенно подростков, поскольку это особая возрастная категория с еще не сформировавшейся психикой.

Протокол подготовил:

