

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА
комитетом по рассмотрению жалоб потребителей и обращений
государственных органов и общественных объединений
Общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка) 28-29.08.2019.

Описание рекламного продукта

Рекламная конструкция с плакатом, содержащим образ полуобнаженной женщины и следующую рекламную информацию: “БОЛЬШИЕ квартиры, а не цены. 82 м2 4,2 млн. 650-927”.

Суть запроса

В Управлении федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю (далее - УФАС) находится жалоба потребителя о распространении вышеуказанной рекламы.

Для вынесения объективного решения по данному вопросу УФАС обратилось в СРО АМИ «Рекламный Совет» с запросом о соответствии данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций, а также об оценке содержания вышеуказанной рекламы на предмет использования в ней непристойных и оскорбительных образов.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

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».

Изучив материалы из обращения, эксперты единогласно высказали мнение, что данная реклама содержит признаки нарушения п. 6 ст. 5 Закона о рекламе, поскольку в ней представлены непристойные и оскорбительные образы.

В данной рекламе объект рекламирования “квартира” смещен в сторону сексуального образа женщины с целью привлечения дополнительного внимания к традиционно представляемой информации о продаже квартир. Подобного рода реклама в части намеренно выстроенного провокационного образа, не имеющего отношения к объекту рекламирования, не должна распространяться публично, поскольку ее потребителями является неопределенный круг лиц, к которым можно отнести также и несовершеннолетних.

Также экспертами был упомянут аналогичный прецедент, указанный в постановлении Седьмого арбитражного апелляционного суда от 25.03.2009 по делу N А45-21481/2008, применимый и к данному случаю: “Размещенный в наружной рекламе на рекламной конструкции, установленной в публичном месте, образ полуобнаженной женской груди является вульгарным в данных условиях, играет на примитивных чувствах людей, нарушает общепринятые нормы и ценности, унижая человеческое достоинство женщины, формирует потребительское отношение к ней, на публичное обозрение выносятся объекты, которые связаны с понятиями красоты, подрывает сложившиеся в России моральные принципы и устои”.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

Выявлено нарушение части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ “О рекламе”.

Установлено, что образы, используемые в данной рекламе, являются непристойными и оскорбительными. Демонстрация подобной рекламы на улицах города противоречит законодательству и является недопустимой.

**Секретариат
Саморегулируемой организации
Ассоциация маркетинговой
индустрии «Рекламный Совет»**



саморегулируемая организация
рекламный совет
ассоциация маркетинговой
индустрии