РАССМОТРЕНИЕ
рекламы по результатам внутреннего мониторинга
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 14.08.2019 по 27.08.2019.

Описание рекламного продукта

Рекламный баннер, содержащий изображения Конституции Российской Федерации и презервативов фирмы VIZIT, размещенный в социальных сетях производителя презервативов https://vk.com/vizit.condom.

Суть запроса

В связи с проводимой в социальных сетях данной рекламной кампанией выявлено массовой обсуждение, а также высказывание критики в адрес данной рекламы, с призывами приостановить её действие.

Секретариатом СРО АМИ «Рекламный Совет» принято решение провести её рассмотрение с дальнейшим уведомлением ФАС России и принятом решении.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Информация была направлена 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».

Поставленный вопрос: *содержит ли данная реклама явное неуважение к Конституции Российской Федерации, в том числе можно ли считать, что в данной рекламе упоминается именно Конституция Российской Федерации? И вообще, допустимо ли использование в рекламе презервативов в данной форме образов, которые могут ассоциироваться с государственными символами?*

Изучив материалы из обращения, эксперты большинством голосов высказали мнение, что в данной рекламе упоминается именно Конституция Российской Федерации, а также рассматриваемая реклама является неэтичной и содержит признаки нарушения п. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ “О рекламе” (далее - Закон о рекламе), поскольку в рекламе не допускается использование оскорбительных образов в отношении официальных государственных символов, одним из которых является Конституция Российской Федерации.

Также экспертами отмечено, что владельцы сообществ в социальных сетях стремятся расширять круг подписчиков, привлекая в свои группы новых участников за счет виральности контента, т.е. способности контента распространяться самостоятельно, путем репостов делясь им с другими пользователями. Таким образом, в данной ситуации невозможно точно определить круг потребителей, поскольку реклама-контент начинает активно распространяться.

Особые мнения

От отдельных экспертов поступили особые мнения, о том, что сообщества в социальных сетях имеют ограниченную и определенную аудиторию, в связи с чем сложно считать подписчиков сообществ «неопределенным кругом лиц», которым адресована данная реклама.

Вместе с тем, по мнению отдельных экспертов данная реклама нарушает часть 11 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку она содержит нарушение части 3 статьи 20.1 КОАП РФ, а именно “Распространение в информационно-телекоммуникационных сетях, в том числе в сети "Интернет", информации, выражающей в неприличной форме, которая оскорбляет человеческое достоинство и общественную нравственность, **явное неуважение** к обществу, государству, официальным государственным символам Российской Федерации, **Конституции Российской Федерации”**

Решение

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

Установлено, что в данной рекламе использован оскорбительный образ в отношении официального государственного символа, которым является Конституция Российской Федерации.

Секретариат Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет»

саморегулируемая организация
рекламный совет
ассоциация маркетинговой индустрии