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) в период с 03.07.2019 по 11.07.2019.

Описание рекламного продукта

Рекламные конструкции со следующей рекламной информацией:

1. “Русский размер”, Белье фабрик России и Европы. Подарочные сертификаты. Карла Маркса, 57; Карла Маркса, 96а; Шеронова, 115; Пушкина, 70”, содержащая образ женщины в нижнем белье;

2. “SOLARIS” Оптика Муравьева-Амурского, 17”, содержащая образ полуобнаженной женщины.

Суть запроса

В Управлении федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю (далее - УФАС) находятся обращения о распространении вышеуказанной рекламы.

Для вынесения объективного решения по данному делу УФАС обратилось в СРО АМИ «Рекламный Совет» с запросом о соответствии данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, а также об оценке содержания вышеуказанных рекламных макетов на предмет использования в них непристойных и (или) 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».

1. Реклама магазинов нижнего белья

Реклама направлена на продвижение продукции фабрики нижнего белья, в связи с чем использование изображения женщины в нижнем белье является оправданным и уместным, оно выполнено в сдержанном стиле, обнаженное тело не выглядит вульгарным.

2. Реклама магазина оптики

Данная реклама выполнена в стиле гламурного журнала, что является распространенной практикой на рынке и часто используется для рекламирования различных категорий товаров, в том числе солнечных очков.

При рассмотрении запроса экспертами были высказаны мнения о том, что обе рекламы не содержат признаков нарушения Закона о рекламе, однако применительно к рекламе нижнего белья, женский образ имеет привязку к объекту рекламирования. В рекламе же оптики налицо привлечение внимания к образу женщины (имеется сексуальная объективизация женского образа), а не к товару, что в соответствии с сегодняшними этическими трендами считается неэтичным.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

Нарушений законодательства не установлено.

Выявлено, что образ, используемый в рекламе магазина оптики, может восприниматься, как непристойный и (или) оскорбительный.

Необходимо также учитывать место размещения обоих рекламных макетов – в частности, представляется недопустимым размещение такой рекламы в непосредственной близости от школ, иных детских учреждений, а также храмов, соборов и иных культовых учреждений .

Секретариат
Саморегулируемой организации
Ассоциация маркетинговой
индустрии «Рекламный Совет»

рекламный совет
ассоциация маркетинговой индустрии