

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА
Управления федеральной антимонопольной службы по Свердловской
области

Запрос рассмотрен членами комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов и общественных объединений Общественного совета по рекламе - Санкт-Петербургского представительства Саморегулируемой организации "Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО), а также председателем правового комитета СРО.

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка)
12.11.2019-25.11.2019.

Описание рекламного продукта

Рекламные статьи на сайте сетевого издания www.el.ru о рекламе товаров и услуг магазина интимных товаров для взрослых "Казанова 69":

1. Статья от 25.03.2019, размещенная по ссылке https://www.el.ru/news/spool/news_id-66027592.html под заголовком «В сети магазинов «Казанова 69» стартовала акция «Каждый третий товар бесплатно» (18+)»;

2. Статья от 28.05.2019, размещенная по ссылке https://www.el.ru/news/spool/news_id-66104509.html под заголовком «Для стеснительных и занятых эротические уроки проведут онлайн (18+)»;

3. Статья от 31.01.2019, размещенная по ссылке https://www.el.ru/news/spool/news_id-65898561.html под заголовком «Эротический рекорд: в январе ИНТИМные тренинги стали самыми массовыми за всю историю «КазаноВЫ» 18+».

Суть запроса

В производстве Управления федеральной антимонопольной службы по Свердловской области (далее - УФАС) находится дело по факту нарушения п.1 ч. 3 и ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) при распространении рекламы магазина интимных товаров для взрослых «Казанова 69».

Для вынесения объективного решения по данному вопросу УФАС обратилось в СРО с запросом о соответствии данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП), и за получением ответов на поставленные вопросы.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Содержатся ли в данной рекламе оскорбительные и/или непристойные образы, сравнения и/или выражения?

Эксперты большинством голосов (71,4%) ответили «НЕТ», 28,6% ответили «ДА».

Вопрос № 2. Придает ли использованное изображение фаллоимитатора и других игрушек рекламной статье № 1 непристойный смысл?

Эксперты большинством голосов (85,7%) ответили «НЕТ», 14,3% ответили «ДА».

Вопрос № 3. Являются ли использованные в рекламе № 2 и № 3 слова и выражения («массаж Лингама», «чувственный массаж мужского полового органа», «яркий женский оргазм и техники сквирта», «эротический массаж», «оральные ласки», «глубокие оральные ласки», «глубокое горло») словами, выражениями, описанием непристойного характера?

Эксперты большинством голосов (85,7%) ответили «НЕТ», 14,3% ответили «ДА».

Вопрос № 4. Имеются ли в данной рекламе нарушения требований Российской Федерации о рекламе, а также норм, изложенных в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты большинством голосов (57,1%) ответили «НЕТ», 42,9% ответили «ДА».

Эксперты мотивировали свою позицию по вопросу непристойности тем, что данная реклама разрешенных к продаже товаров находится не в публичном месте, а в сети интернет, на ресурсе, содержащем предупреждение о характере рекламируемых товаров и услуг и возрастной категории людей, для которых эти

товары и услуги предлагаются. С учетом объекта рекламирования используемые формулировки корректны и нейтральны. Всякий, кто считает эту тематику непристойной и оскорбительной, вправе воздержаться от ознакомления с содержанием этого ресурса, равно как и ограничить доступ к нему несовершеннолетних с подконтрольных ему аппаратных средств.

Подача информации сделана без эмоциональных акцентов в сугубо фактологической форме с изложением наименования товара и семинаров. Рекламой является информация о товаре. Сам же товар и его изображение не может считаться рекламой, поэтому данные изображения и названия нельзя оценивать как рекламу. Непристойность изображения разных эротических игрушек и использования разных словосочетаний разная. Кроме того, в соответствии с требованиями Закона "О рекламе" и Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП непристойными должны быть образы, а не смысл.

Большинство же использованных в рассматриваемой рекламе образов и выражений носят пристойный характер, рекламные материалы исполнены в сугубо информационном жанре, без пошлости и смакования пикантных деталей; в литературном плане формулировки корректны и нейтральны, не содержат ничего оскорбительного.

Эксперты полагают, что рекламодаделец сделал все возможное, чтобы не перейти границу между свободой рекламы таких товаров и требованием о пристойности в рамках данного рекламного носителя.

При этом эксперты отметили, что выражения "лучший", "самый", "лучшие специалисты", "самые топовые тренинги" являются очевидным нарушением п. 1 ч.3 ст.5 Закона о рекламе.

Особое мнение

От отдельных экспертов поступили особые мнения о том, что изображение фаллоимитатора является непристойным, т.к. изображаемый предмет имитирует мужской половой орган, публичная демонстрация которого (за исключением демонстрации в художественном произведении) считается неприличной. Изображение же эротических игрушек, не имитирующих табуированные части тела, непристойного характера не имеет. Также отмечено, что из выделенных УФАС словосочетаний сниженный, разговорный, пошлый характер имеет только выражение «глубокое горло», остальные являются литературными выражениями, допустимыми к публичному использованию среди совершеннолетних. Однако их использование (изображения фаллоимитатора и словосочетания «глубокое горло») следует считать малозначительным нарушением.

Решение

1. Выявлены нарушения п. 1 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе».
2. Нарушений Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП) не установлено.
3. Учитывая особое мнение экспертов, следует рекомендовать рекламодателю учитывать высказанные замечания в части ограничения использования в рекламе отдельных выражений и изображения фаллоимитатора.

