

РАССМОТРЕНИЕ ЖАЛОБЫ ПОТРЕБИТЕЛЯ

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) 24.12.2019-13.01.2020.

Описание рекламного продукта

Плакаты интим-бутика LOVE ZONA на наружных рекламных конструкциях с текстами следующего содержания "LOVE ZONA. Позволь себе больше. 0+, 18+".

Суть запроса

В СРО поступила жалоба потребителя на данную рекламу, которая по его мнению содержит нарушения рекламного законодательства.

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО осуществило проверку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

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 единогласно проголосовали "НЕТ".

Вопрос № 2. Причиняет ли вышеуказанная реклама вред несовершеннолетним?

Эксперты большинством голосов (91,7%) ответили "НЕТ", 8,3% экспертов ответили "ДА".

Вопрос № 3. 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 (83,3%) ответили "НЕТ", 16,7% экспертов ответили "ДА".

Эксперты мотивировали свою позицию следующими выводами.

Данный макет представляет собой рекламу магазина по продаже разрешенных к обороту в РФ товаров. Макет сдержанный, не содержит непристойных и/или оскорбительных образов, а также какой-либо информации, указанной в ст. 5 Федерального закона от 29.12.2010 №436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию".

Были высказаны мнения о том, что в спорной рекламе вызывает сомнение указание возрастного ограничения. Если в данном магазине продается информационная продукция, то знак информационной продукции "должен соответствовать информационной продукции для детей старшей возрастной категории" (п. 6 ст. 11 Федерального закона от 29.12.2010 № 436-ФЗ "О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию"). То есть знак 0+ не соответствует требованиям законодательства. В случае, если там не осуществляется продажа информационной продукции, то следует выяснить, продается ли там продукция для детей самого младшего возраста, т.е. не является ли реклама недостоверной. Однако исходя только из содержания рекламы судить об этом нельзя.

Поэтому необходимо дополнительно выяснить ситуацию с соответствием маркировки рекламы требованиям законодательства с учетом оказываемых рекламодателем услуг. В отсутствие информации невозможно сделать вывод о наличии нарушения. Сами по себе макеты не содержат непристойных образов или иных нарушений рекламного законодательства.

Что касается ситуации с торговым центром, описанной в жалобе потребителя, также необходимо получить больше информации, в том числе фотографии из торгового центра. Одновременно необходимо отметить, что вероятнее всего происходящее в магазине не будет подпадать под регулирование рекламного законодательства.

Особое мнение

От отдельных экспертов поступило особое мнение, что несмотря на то, что в прямом смысле данная реклама не нарушает законодательства, в ней содержится нарушение запрета на использование одновременно знаков +0 и +18.

Решение

1. Нарушения Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» и Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП) не выявлены.
2. Данные макеты не содержат оскорбительных или непристойных образов, оказывающих вред несовершеннолетним.
3. Обратиться к рекламодателю, проинформировав его о получении жалобы потребителя на размещаемую им рекламу и принятом экспертами решении, а также их особом мнении.
4. Направить экспертное решение в Комитет по печати и взаимодействию со средствами массовой информации для принятия мер к размещенной незаконной конструкции.

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



саморегулируемая организация
РЕКЛАМНЫЙ СОВЕТ
ассоциация маркетинговой
индустрии

