

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА
Управления федеральной антимонопольной службы России
по Мурманской области

Запрос рассмотрен 14-ю членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка) 12.03.2020-22.03.2020.

Описание рекламного продукта

Вывеска бара “Дикий п_сец”, размещенная фасаде дома № 51 по пр. Ленина в г.Мурманске, содержащая данное название и карикатурное изображение животного.

Суть запроса

В Управлении федеральной антимонопольной службы России по Мурманской области (далее - УФАС) рассматривается жалоба потребителя по данной вывеске. Заявитель полагает, что в названии используется двусмысленное значение и просит провести оценку допустимости использования такого названия на наружных вывесках заведения, расположенного в исторической части города.

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 Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и 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 названии данной вывески оскорбительные и/или непристойные сравнения и/или выражения?

Эксперты большинством голосов (85,7%) ответили “НЕТ”, 14,3% экспертов ответили “ДА”.

Вопрос № 2. Допустимо ли использование такого названия на наружных вывесках заведения?

Эксперты большинством голосов (71,4%) ответили “ДА”, 28,6% экспертов ответили “НЕТ”.

Вопрос № 3. Допустимо ли использование такого названия на наружных вывесках заведения, расположенного ИМЕННО в исторической части города?

Эксперты большинством голосов (71,4%) ответили “ДА”, 28,6% экспертов ответили “НЕТ”.

Вопрос № 4. Имеются ли в названии данной вывески нарушения требований Российской Федерации о рекламе, а также норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты единогласно ответили “НЕТ”.

Свою позицию эксперты мотивировали следующими выводами.

В данном случае нет оснований, по которым словосочетание "дикий п_сец" должно ассоциироваться с обценной лексикой. То, что речь идет о неприрученном животном, подтверждается визуальным рядом.

Заявитель предполагает провокацию вульгарных ассоциаций со стороны авторов вывески, но факт обитания на территории Мурманской области по большей части диких арктических лис делает практически невозможной задачу доказать это предположение, безотносительно к тому, в какой части города размещено это заведение.

Хотя намек на обценную лексику в названии имеется, однако нельзя отрицать, что слово "песец" также имеет и прямое значение в русском языке и является общеупотребимым.

Особое мнение

От отдельных экспертов поступили особые мнения о том, что хотя данная игра слов на вывеске закон "О рекламе" не нарушает, но город точно не украшает, тем более его историческую часть, выглядит вульгарно.

Использование таких слов, приводящих к эффекту амфиболии, в части ассоциации с бранью, в публичных местах недопустимо с этической точки зрения. Но вывески заведений и их названия не относятся к категории рекламы, под которой понимается информация о товаре, но не его название и не его оформление, поэтому нарушений рекламных законов и стандартов в данном случае нет. С подобными явлениям должны бороться муниципальные власти, отвечающие за оформление исторического пространства города.

Решение

1. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», Российского Кодекса практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и Кодекса рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП) не выявлены.

2. Рекомендовать владельцам заведения скорректировать название бара ввиду двусмысленности его толкования и негативного восприятия отдельными потребителями.

