

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 59-2020
Управления федеральной антимонопольной службы России по
Ленинградской области

Запрос рассмотрен 11 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):
26.06.2020-17.07.2020.

Описание рекламного продукта

Плакат наружной рекламы, размещенный в пос. Бугры Ленинградской области с изображением тела тренированного мужчины, держащего бревно на плече, к которому с помощью фотомонтажа прикреплена голова В.И. Ленина, а также содержится текст следующего содержания: "За работу, товарищи! Мир! Труд! Май! 323-87-77. Стройбаза АМБАР".

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления федеральной антимонопольной службы России по Ленинградской области (далее – УФАС), где рассматривается обращение потребителя с жалобой на размещение указанного плаката.

По мнению заявителя, данная реклама является кощунственной, издевательской и оскорбительной.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Допустимо ли использование в рекламе образа В.И. Ленина?

Эксперты большинством голосов ответили ДА. Лишь 1 эксперт ответил — НЕТ (9,1%).

Вопрос № 2. Имеет ли место использование в рекламе оскорбительных образов, сравнений и/или выражений?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ. Лишь 2 эксперта ответили — ДА (18,2%).

Вопрос № 3. Если в рекламе имеет место использование оскорбительных образов, сравнений и/или выражений, то в отношении каких объектов (социальной категории, официальных государственных символов, объектов культурного наследия, иного)?

Эксперты, ответившие ДА на предыдущий вопрос (2 человека) пояснили, что данная реклама затрагивает ценности определенной социальной категории.

Вопрос № 4. Имеются ли в рекламе нарушения требований Российской Федерации о рекламе?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ. Лишь 2 эксперта ответили — ДА (18,2%).

Вопрос № 5. Имеются ли в рекламе нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ. Лишь 2 эксперта ответили — ДА (18,2%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Само по себе использование изображения В.И. Ленина не запрещено законом. Формально - нормативная база, регулирующая содержание рекламы, не содержит ограничений по использованию образа В.И.Ленина. Более того, его образ в данном случае вполне органично вписался в общую концепцию плаката. Федеральный закон от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» запрещает использование оскорбительных образов. Наличие или отсутствие оскорбительного образа в данной рекламе является сугубо оценочным и в рассматриваемой рекламе отсутствует.

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» не выявлены.

2. Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

